

DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| LEMBAR PENGESAHAN..... | ii |
| PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI | iii |
| KATA PENGANTAR | v |
| DAFTAR ISI..... | vii |
| DAFTAR TABEL..... | x |
| DAFTAR GAMBAR | xi |
| ABSTRAK | xiii |
| ABSTRACT..... | xiv |
| BAB I | |
| PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1. Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2. Rumusan Masalah | 10 |
| 1.3. Tujuan Penelitian..... | 11 |
| 1.4. Manfaat Penelitian..... | 11 |
| 1.5. Keaslian Penelitian | 12 |
| 1.6. Ruang Lingkup Penelitian | 12 |
| BAB II | |
| TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI..... | 13 |
| 2.1. Tinjauan Pustaka | 14 |
| 2.2. Landasan Teori | 25 |
| 2.2.1. Konsep <i>Digital Native</i> | 25 |
| 2.2.2. Karakteristik <i>Digital Native</i> | 27 |
| 2.2.3. Preferensi Gaya Belajar <i>Digital Native</i> | 30 |
| 2.2.4. Model Perilaku Konsumen pada <i>Digital Native</i> | 35 |
| 2.2.5. Model Perilaku Pencarian Informasi <i>Digital Native</i> | 38 |
| 2.2.6. Faktor Pembuatan Keputusan Sumber Informasi <i>Digital Native</i> | 39 |
| 2.3. Kerangka Teori..... | 42 |
| 2.4. Pertanyaan Penelitian | 45 |
| BAB III | |

| | |
|---|-----|
| METODE PENELITIAN..... | 46 |
| 3.1. Jenis Penelitian | 46 |
| 3.2. Lokasi dan Informan Penelitian | 48 |
| 3.3. Teknik Pengambilan Sampel..... | 50 |
| 3.4. Teknik Pengumpulan Data | 51 |
| 3.4.1. Wawancara..... | 52 |
| 3.4.2. Studi Literatur | 53 |
| 3.5. Teknik Analisis Data | 54 |
| 3.6. Uji Keabsahan Data..... | 58 |
| BAB IV | |
| TEMUAN DAN ANALISIS | 61 |
| 4.1. Karakteristik <i>Digital Native</i> Mahasiswa UGM..... | 61 |
| 4.1.1. Kebebasan (<i>Freedom</i>) | 62 |
| 4.1.2. Kustomisasi (<i>Customization</i>) | 70 |
| 4.1.3. Penyelidikan (<i>Scrutiny</i>)..... | 75 |
| 4.1.4. Integritas (<i>Integrity</i>) | 79 |
| 4.1.5. Kolaborasi (<i>Collaboration</i>)..... | 83 |
| 4.1.6. Hiburan (<i>Entertainment</i>) | 89 |
| 4.1.7. Kecepatan (<i>Speed</i>)..... | 95 |
| 4.1.8. Inovasi (<i>Innovation</i>) | 97 |
| 4.2. Pembuatan Keputusan Penggunaan Sumber Informasi..... | 99 |
| 4.2.1. Mengenali Kebutuhan Informasi (<i>Information Needs</i>)..... | 100 |
| 4.2.2. Pencarian Informasi (<i>Information Searching</i>) | 103 |
| 4.2.3. Evaluasi Alternatif | 105 |
| 4.2.4. Keputusan Konsumsi | 109 |
| 4.2.5. Perilaku Pasca Konsumsi | 111 |
| 4.3. Internet Sumber Rujukan Utama <i>Digital native</i> | 113 |
| 4.4. Faktor yang mempengaruhi pembuatan keputusan | 118 |
| 4.4.1. Faktor Pribadi (<i>Personal Factors</i>) | 118 |
| 4.4.2. Faktor Psikologi (<i>Psychological Factors</i>) | 129 |
| 4.4.3. Faktor Kebudayaan (<i>Cultural Factors</i>)..... | 144 |
| 4.4.4. Faktor Sosial (<i>Social Factors</i>) | 153 |

| | |
|--------------------------------------|-----|
| 4.5. Skema Temuan dan Analisis | 162 |
| BAB V | |
| PENUTUP | 167 |
| 5.1. Kesimpulan | 167 |
| 5.2. Saran | 170 |
| DAFTAR PUSTAKA | 173 |
| LAMPIRAN | 178 |