

ABSTRAK

Surat kabar adalah media massa yang secara kronologis kemunculannya merupakan media massa tertua. Surat kabar telah terbukti mampu melewati berbagai zaman, namun era digital ini memiliki nilai-nilai yang berbeda, diantaranya kecepatan dalam penyebaran informasi dan *paperless*. Digital native adalah masa depan dari bisnis surat kabar. Mereka adalah konsumen-konsumen potensial di masa yang akan datang. Generasi ini dikenal sebagai generasi yang dekat dengan teknologi dan memiliki pola pencarian informasi yang berbeda, sehingga dengan mengetahui pola konsumsi mereka terhadap surat kabar, dapat membantu industri surat kabar untuk memasarkan produknya kepada generasi digital native di masa yang akan datang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa digital native lebih menyukai halaman web surat kabar sebagai sumber informasi meskipun sesekali mereka melakukan pembelian terhadap surat kabar cetak.

Kata kunci: *Digital Native*, perilaku konsumsi, surat kabar, remaja

ABSTRACT

Newspaper is the oldest mass media according to its chronological appearance. Newspapers have been shown through the ages, but at this moment, digital age has different values, including the speed of information dissemination and paperless. Digital Native is the future of the newspaper industries. They are potential customers in the future. This generation is known as the generation that is close to the technology and have different information search patterns, so that by knowing their consumption patterns to the newspapers, can help the newspaper industry to market their products to the digital native generation in the future. The results of this study indicate that digital native generation preferred web page newspapers as a source of information although they occasionally make purchases of print newspapers.

Keywords: *Digital Native*, consumption behavior, adolescence, newspaper