

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana peran kopi dalam membangun kreativitas berpikir mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Pasundan Kota Bandung. Kopi, selain sebagai minuman populer, juga memiliki fungsi sosial dan psikologis yang berpengaruh terhadap pola pikir dan produktivitas mahasiswa. Fenomena budaya “ngopi” yang semakin berkembang di kalangan mahasiswa menjadi menarik untuk diteliti, khususnya dalam konteks komunikasi antarpribadi di ruang-ruang nonformal seperti kedai kopi *Middle Pas* yang berlokasi di lingkungan kampus.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi. Data diperoleh melalui wawancara mendalam dan observasi terhadap beberapa informan yang terdiri dari mahasiswa, barista, dan pihak yang memahami aspek psikologi komunikasi. Analisis dilakukan dengan mengacu pada teori *U-Curve* yang mencakup empat fase, yaitu *honeymoon*, *crisis*, *adaptation*, dan *adjustment*, untuk menggambarkan dinamika mahasiswa dalam mengonsumsi kopi sebagai bagian dari proses membangun kreativitas berpikir. Pendekatan fenomenologi dipilih karena mampu menggali makna subjektif mahasiswa terhadap pengalaman mereka dalam mengonsumsi kopi sebagai media penciptaan ide dan relasi sosial.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa aktivitas ngopi tidak hanya berfungsi sebagai rutinitas rekreatif, tetapi juga berperan penting dalam memunculkan ide-ide kreatif, memperkuat komunikasi interpersonal, serta mengurangi tekanan akademik. Lingkungan sosial yang tercipta di kedai kopi menjadi ruang kolaboratif yang mendukung mahasiswa untuk berpikir lebih terbuka dan inovatif. Dengan demikian, kopi memiliki makna simbolik dan fungsional dalam membangun kreativitas berpikir mahasiswa, sekaligus menjadi bagian dari gaya hidup akademik yang produktif dan komunikatif.

Kata Kunci: Kopi, Kreativitas Berfikir, Model U-Curve, Budaya Populer, Adaptasi