

RINGKESAN

Tujuan panalungtikan ieu nyaéta pikeun ngartos kumaha peran kopi dina ngamekarkeun kreativitas mikir mahasiswa Program Studi Élmü Komunikasi Universitas Pasundan Bandung. Sajaba ti éta, kopi henteu ngan saukur inuman populér, tapi miboga fungsi sosial jeung psikologis anu mangaruhan kana pola pikir, produktivitas, jeung daya cipta mahasiswa. Fenomena budaya “ngopi” anu beuki sumebar di kalangan mahasiswa jadi hal anu pikaresepeun pikeun diteliti, utamana dina kontéks komunikasi antarpribadi di tempat informal saperti warung kopi *Middle Pas* di lingkungan kampus.

Panalungtikan ieu ngagunakeun pendekatan kualitatif kalayan métode fenomenologi. Data dikumpulkeun ngaliwatan wawancara jero jeung observasi ka sababaraha informan anu ngawengku mahasiswa, barista, jeung pihak anu ngarti kana aspék psikologi komunikasi. Analisisna ngagunakeun Téori Modél U-Curve anu ngawengku opat fase, nya éta *honeymoon*, *crisis*, *adaptation*, jeung *adjustment*, pikeun ngajelaskeun kumaha mahasiswa ngalaman prosés ngawangun kreativitas mikir ngaliwatan konsumsi kopi. Pendekatan fenomenologi dipilih sabab sanggup ngagali harti subjektif tina pangalaman mahasiswa dina nginum kopi minangka médium pikeun nyiptakeun ide jeung interaksi sosial.

Hasil panalungtikan nunjukkeun yén kagiatan ngopi henteu ngan ukur minangka kabiasaan pikeun ngahibur, tapi ogé miboga peran penting dina ngadorong timbulna ide-ide kreatif, nguatkeun komunikasi antarpribadi, sarta ngurangan tekanan akademik. Lingkungan sosial anu kabentuk di warung kopi jadi rohangan kolaboratif anu ngarojong mahasiswa supaya leuwih kabuka jeung inovatif dina mikir. Ku kituna, kopi miboga harti simbolis jeung fungsional dina ngawangun kreativitas mikir mahasiswa, sarta janten bagian tina gaya hirup akademik anu produktif, adaptif, jeung komunikatif.

Kecap Konci: Kopi, Kreativitas Mikir, Komunikasi Antarpribadi, Mahasiswa, Modél U-Curve, Fenomenologi, Psikologi Komunikasi, Middle Pas.