

ABSTRAK

Bambang Satrio Budi Kurniawan. 200531100046. Program Studi Ilmu Komunikasi. Warung Kopi sebagai Arena Pembentuk Habitus Komunikasi Antarpribadi Mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura.

Warung kopi telah lama menjadi bagian integral dari budaya Indonesia, menjadi tempat berkumpulnya orang-orang dari berbagai lapisan masyarakat. warung kopi diartikan sebagai tempat yang terdapat berbagai gagasan dan hubungan sosial. . Warung kopi, aktivitas mahasiswa yang terjadi di sana dapat mempengaruhi bagaimana mereka berinteraksi dan berpartisipasi dalam diskusi dan kegiatan lainnya. Hal ini dapat membantu membentuk habitus komunikasi antarpribadi yang terkait dengan cara mereka berkomunikasi, berpikir, dan berperilaku dalam situasi sosial. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis Bagaimana peran warung kopi sebagai arena pembentuk habitus komunikasi antarpribadi mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura.

Metode penelitian menggunakan paradigma konstruktivisme dan menggunakan jenis deskriptif kualitatif dan metode Rapid etnografi. Subjek pada penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Informan dipilih dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Analisis data menggunakan teknik Miles dan Huberman. Teknik pemeriksaan keabsahan data menggunakan triangulasi sumber. Serta teori yang digunakan untuk menganalisis adalah teori habitus Pierre Bourdieu dan Komunikasi antarpribadi Joseph A. DeVito

Hasil penelitian menunjukkan bahwa warung kopi tidak hanya berfungsi sebagai tempat nongkrong tetapi juga sebagai arena di mana habitus komunikasi antarpribadi mahasiswa terbentuk dan berkembang. Dalam konteks ini, interaksi yang terjadi di pengaruhi oleh struktur sosial, modal, dan kebiasaan yang melekat pada mahasiswa. Warung kopi menjadi ruang dialogis yang mendukung pengembangan keterampilan komunikasi, termasuk kepercayaan diri, empati dan kemampuan untuk menyampaikan pendapat. Di dalam sebuah arena mahasiswa menggunakan modal yang dimiliki untuk bersaing dan mempertahankan sesuatu posisi atau status sosial. Hal tersebut juga dipengaruhi oleh praktik komunikasi antarpribadi sehingga pemahaman ini menjadi dasar bagi mahasiswa untuk pengembangan dan pembentukan ruang-ruang yang serupa yang mendukung interaksi sosial yang konstruktif bagi mahasiswa. Adapun beberapa faktor yang mempengaruhi terjadinya pembentukan habitus tersebut, yaitu faktor internal dan eksternal. Penelitian ini menyimpulkan bahwa warung kopi memiliki peran signifikan dalam membentuk habitus komunikasi antarpribadi mahasiswa, menjadikannya ruang sosial yang strategis untuk memperkuat hubungan antarpribadi dan membangun budaya dialog yang terbuka.

Kata kunci : Warung Kopi, Habitus, Komunikasi Antarpribadi, Mahasiswa, Rapid Etnografi.

ABSTRACT

Bambang Satrio Budi Kurniawan. 200531100046. *Communication Science Study Program. Coffee Shops as Arenas for Shaping Interpersonal Communication Habitus Among Students of Universitas Trunojoyo Madura.*

Coffee shops have long been an integral part of Indonesian culture, serving as gathering places for people from various walks of life. Coffee shops are interpreted as spaces where diverse ideas and social relationships converge. Activities within coffee shops influence how students interact and participate in discussions and other activities. These interactions help shape their interpersonal communication habitus, including the ways they communicate, think, and behave in social situations. This study aims to analyze the role of coffee shops as arenas for shaping the interpersonal communication habitus of students at Universitas Trunojoyo Madura.

The research employs a constructivist paradigm with a qualitative descriptive approach and the rapid ethnography method. The subjects of this study are students of Universitas Trunojoyo Madura. Data collection techniques include observation, interviews, and documentation. Informants were selected using purposive sampling. Data analysis was conducted using the Miles and Huberman model, and data validity was ensured through source triangulation. Theories used for analysis include Pierre Bourdieu's theory of habitus and Joseph A. DeVito's theory of interpersonal communication.

The results indicate that coffee shops function not only as leisure spaces but also as arenas where students' interpersonal communication habitus is formed and developed. In this context, the interactions occurring within coffee shops are influenced by the social structure, capital, and inherent habits of students. Coffee shops serve as dialogical spaces that facilitate the development of communication skills, including confidence, empathy, and the ability to express opinions. Within these arenas, students utilize their capital to compete and maintain certain positions or social status. These practices are further influenced by interpersonal communication, which becomes the basis for students to develop similar spaces that support constructive social interactions. Internal and external factors were identified as influencing the formation of this habitus.

This study concludes that coffee shops play a significant role in shaping students' interpersonal communication habitus, making them strategic social spaces for strengthening interpersonal relationships and fostering an open dialogue culture.

Keywords: Coffee Shop, Habitus, Interpersonal Communication, Students, Rapid Ethnography.