

Analysis of Warkop Teras as a hangout place for Jabodetabek students living in Surabaya

Analisis Warkop Teras Sebagai Tempat Nongkrong Mahasiswa Jabodetabek Berdomisili Di Surabaya

David Hermawan¹, Laura Septa Amelia², Rio Muhammad Samudra³

¹⁻³Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

E-mail: davidhermawan773@gmail.com

Abstract

This research aims to analyze the role of Warkop Teras as a hangout place for Jabodetabek students in Surabaya using a qualitative approach. Warkop Teras has become a favorite place for students, offering affordable food and drink prices, a comfortable atmosphere, as well as facilities such as Wi-Fi and flexible operating hours. This research uses the Stimulus-Organism-Response (SOR) theory proposed by Mehrabian and Russell (1974) to explain how stimuli from the physical and social environment at Warkop Teras influence students' emotional responses, which ultimately shape their behavior in using warkop as a place to hang out. . Data was collected through in-depth interviews with informants who are loyal visitors to Warkop Teras and participant observation. The research results show that stimuli in the form of a comfortable atmosphere and interesting social activities encourage students to feel emotional attachment, which leads to regular visiting behavior and long hanging out times. This research also found that there were several shortcomings, such as limited seating capacity and a lack of entertainment facilities such as television. Warkop Teras plays a significant role in shaping the hangout culture of Jabodetabek students in Surabaya and has the potential to develop further with several facility improvements.

Keywords: Warkop Teras, hangout culture, Jabodetabek students.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran Warkop Teras sebagai tempat nongkrong bagi mahasiswa Jabodetabek di Surabaya dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Warkop Teras telah menjadi tempat favorit bagi mahasiswa, menawarkan harga makanan dan minuman yang terjangkau, suasana yang nyaman, serta fasilitas seperti Wi-Fi dan waktu operasional yang fleksibel. Penelitian ini menggunakan teori Stimulus-Organism-Response (SOR) yang dikemukakan oleh Mehrabian dan Russell (1974) untuk menjelaskan bagaimana rangsangan dari lingkungan fisik dan sosial di Warkop Teras memengaruhi respons emosional mahasiswa, yang pada akhirnya membentuk perilaku mereka dalam menggunakan warkop sebagai tempat nongkrong. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan informan yang merupakan pengunjung setia Warkop Teras dan observasi partisipasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa stimulus berupa suasana nyaman dan kegiatan sosial yang menarik mendorong mahasiswa untuk merasakan keterikatan emosional, yang berujung pada perilaku kunjungan rutin dan lama waktu nongkrong yang panjang. Penelitian ini juga menemukan bahwa terdapat beberapa kekurangan, seperti kapasitas tempat duduk yang terbatas dan kurangnya fasilitas hiburan seperti televisi. Warkop Teras berperan signifikan dalam membentuk budaya nongkrong mahasiswa Jabodetabek di Surabaya dan memiliki potensi untuk berkembang lebih lanjut dengan beberapa perbaikan fasilitas.

Kata Kunci: Warkop Teras, budaya nongkrong, mahasiswa Jabodetabek.

Pendahuluan

Warung Kopi atau yang lebih dikenal dengan sebutan “warkop” sudah tidak asing lagi dikalangan anak muda apalagi mahasiswa (Azzahra, 2022). Sebagai tempat nongkrong yang sudah populer bagi generasi muda menjadikan warkop sebagai bentuk UMKM yang kuantitas jumlahnya terus meningkat karena hampir bisa dijumpai di berbagai jalan. Kebanyakan dari warkop bukan hanya sekedar menjual minuman dan makanan tetapi juga menyediakan berbagai fasilitas lainnya seperti Wi-Fi, Nobar (nonton bareng) pertandingan bola, dan dibuat lebih luas agar pengunjung nyaman nongkrong disana. Melalui berbagai fasilitas ini menjadikan warkop sebagai tempat yang ramai dikunjungi oleh mahasiswa, baik untuk mengerjakan tugas bersama teman maupun untuk bercengkrama sambil minum kopi.

Berkembangnya usaha warkop juga muncul dari para anak muda yang berinovasi dan memulai suatu bisnis yang menjadi kebutuhan utama manusia yaitu hidup bersosial satu sama lain dan bisa dilihat dengan adanya gaya hidup nongkrong di kalangan orang Indonesia. Gaya hidup nongkrong kini telah menyebar ke berbagai kota di Indonesia, termasuk Jakarta, Surabaya, Bandung, dan Yogyakarta. Di Surabaya, terutama di sekitar kampus, terdapat banyak warung atau kedai kopi dengan berbagai konsep, mulai dari yang sederhana hingga modern. Mahasiswa cenderung memilih warung kopi yang sederhana seperti di Warkop Teras UPN Veteran Jawa Timur.

Mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur memilih nongkrong di warung kopi menjadi gaya hidup mereka. Dimana mereka menghabiskan waktu mereka untuk nongkrong di warung kopi. Salah satunya Warkop Teras yang lokasinya sangat strategis dari kampus UPN menjadi salah satu warkop andalan ketika mahasiswa ingin singgah untuk berkumpul bersama. Di Warkop Teras, mahasiswa yang mendominasi dan frekuensi berkunjungnya sering kesana adalah mahasiswa Jabodetabek yang bisa disebut juga sebagai pelanggan setia dan pengunjung yang sudah berkali-kali nongkrong disana. Setiap malam para mahasiswa menghabiskan waktu untuk nongkrong di warung kopi. Kebiasaan ini sepertinya sudah melekat dan menjadi aktivitas sehari-hari mahasiswa. Oleh karena itu peneliti tertarik mengetahui adanya faktor-faktor yang mempengaruhi daya tarik Warkop Teras sebagai tempat nongkrong baik dari lingkungan pertemanan, kenyamanan tempat, dan budaya

mahasiswa Jabodetabek. Dari faktor-faktor ini nantinya akan ditemukan alasan yang membuat Warkop Teras menjadi pilihan utama mahasiswa Jabodetabek sebagai tempat nongkrong dan seberapa besar pengaruhnya pada daya tarik Warkop Teras. Ditambah dengan bagaimana kebiasaan nongkrong di warung kopi bisa menjadi gaya hidup mahasiswa Jabodetabek yang sesuai dengan faktor apa saja yang melatarbelakanginya.

Terkhususnya bagi mahasiswa yang berasal dari Jabodetabek. Mahasiswa Jabodetabek di UPN Veteran Jawa Timur menghabiskan waktu setelah pulang dari kampus untuk berkunjung ke Warkop Teras. Mahasiswa Jabodetabek biasanya melakukan berbagai kegiatan termasuk rapat, berdiskusi, mengerjakan tugas, nongkrong dan lain-lain. Dilihat dari kebiasaan mahasiswa Jabodetabek yang keberadaannya sering di Warkop Teras pastinya ada faktor-faktor yang mempengaruhi daya tarik Warkop Teras sebagai tempat nongkrong baik dari lingkungan pertemanan, kenyamanan tempat, dan budaya mahasiswa Jabodetabek. Dari faktor-faktor ini nantinya akan ditemukan alasan yang membuat Warkop Teras menjadi pilihan utama mahasiswa Jabodetabek sebagai tempat nongkrong dan seberapa besar pengaruhnya pada daya tarik Warkop Teras.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi daya tarik Warkop Teras bagi mahasiswa Jabodetabek dan menilai pengaruh lingkungan, kenyamanan, dan budaya terhadap preferensi tempat nongkrong mahasiswa. Harapannya manfaat dari penelitian ini dapat memberikan wawasan bagi pemilik warkop dan pengelola kafe tentang strategi menarik konsumen mahasiswa serta menambah literatur tentang perilaku konsumen dalam konteks budaya nongkrong mahasiswa.

Tinjauan Pustaka

Penelitian ini didasarkan pada beberapa teori dan konsep komunikasi yang relevan, khususnya dalam konteks perilaku konsumen. Untuk memahami lebih dalam berikut beberapa teori yang akan digunakan sebagai landasan dalam penelitian ini :

2.1 Pengertian Warkop dan Fungsi Sosialnya

Warung kopi, atau yang sering disebut "warkop," merupakan tempat berkumpul yang sangat populer di Indonesia. Warkop bukan hanya tempat untuk membeli makanan dan minuman, tetapi juga tempat berkumpul bagi berbagai kalangan, terutama mahasiswa (Ananda et al., 2023). Fungsi warkop telah berkembang menjadi pusat aktivitas sosial, di

mana orang-orang bisa berdiskusi, bekerja, atau sekadar menikmati suasana warkop sering menjadi bagian dari identitas budaya lokal dan memiliki peran penting dalam memperkuat interaksi sosial masyarakat urban. Warkop Teras, sebagai salah satu contoh di Jabodetabek, menyediakan ruang yang mendukung berbagai aktivitas sosial, terutama bagi mahasiswa yang membutuhkan tempat bersantai sekaligus produktif.

2.2 Faktor Lingkungan sebagai Daya Tarik Tempat Nongkrong

Faktor lingkungan fisik memainkan peran penting dalam menarik konsumen untuk memilih suatu tempat nongkrong. Elemen-elemen seperti desain interior, pencahayaan, tata ruang, dan suasana (ambience) sangat mempengaruhi pengalaman pelanggan di suatu tempat (Kurniawan & Sundari, 2024). Warkop dengan suasana yang nyaman dan estetis sering kali menjadi pilihan utama, terutama di kalangan anak muda dan mahasiswa. Lingkungan yang mendukung kegiatan santai maupun produktif sangat dihargai oleh mahasiswa. Penelitian ini juga mengungkap bahwa lokasi strategis yang mudah diakses menjadi faktor utama yang mempengaruhi pilihan konsumen terhadap tempat nongkrong. Dalam konteks Warkop Teras, suasana yang nyaman dan akses yang mudah menjadikannya pilihan favorit bagi mahasiswa Jabodetabek.

2.3 Kenyamanan sebagai Penentu Kepuasan Konsumen

Kenyamanan adalah salah satu faktor utama yang menentukan kepuasan pelanggan di tempat nongkrong seperti warkop. Kebutuhan akan kenyamanan fisik dan keamanan adalah bagian dari kebutuhan dasar manusia. Dalam konteks tempat nongkrong, kenyamanan bisa mencakup berbagai aspek, seperti kenyamanan tempat duduk, suhu ruangan, pelayanan, dan fasilitas tambahan seperti Wi-Fi. Kenyamanan memiliki pengaruh langsung terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan di kafe dan warkop (Tamir et al., 2024). Studi ini menunjukkan bahwa mahasiswa cenderung memilih tempat yang tidak hanya nyaman untuk bersantai, tetapi juga mendukung produktivitas, misalnya dengan menyediakan stop kontak, Wi-Fi cepat, dan suasana tenang untuk belajar atau bekerja. Warkop Teras menawarkan kombinasi antara kenyamanan dan fasilitas yang membuatnya ideal sebagai tempat nongkrong bagi mahasiswa yang membutuhkan ruang produktif.

2.4 Budaya Nongkrong Mahasiswa

Nongkrong adalah bagian penting dari budaya mahasiswa di Indonesia. Nongkrong tidak hanya menjadi aktivitas bersosialisasi, tetapi juga menjadi sarana untuk membangun dan memperkuat relasi pertemanan. Budaya nongkrong di kalangan mahasiswa merupakan bentuk pelarian dari tekanan akademis, di mana mereka dapat bersantai dan menghabiskan waktu bersama teman-teman (Olifia, 2022). Di Jabodetabek, budaya nongkrong tidak terbatas pada tempat-tempat mewah seperti kafe, tetapi juga meluas ke tempat yang lebih sederhana dan ramah di kantong, seperti warkop. Mahasiswa sering memilih warkop karena selain harganya yang terjangkau, suasananya juga lebih santai dan familiar, yang cocok dengan gaya hidup mahasiswa yang dinamis. Warkop Teras menjadi representasi tempat nongkrong yang memadukan aspek fungsional dan sosial, di mana mahasiswa dapat berkumpul, berdiskusi, atau sekadar menikmati waktu luang.

2.5 Teori Stimulus-Organism-Response (SOR)

Salah satu teori yang relevan dalam memahami perilaku konsumen terhadap tempat nongkrong adalah teori Stimulus-Organism-Response (SOR) yang dikemukakan oleh Mehrabian dan Russell (1974). Menurut teori ini, stimulus (rangsangan) dari lingkungan, seperti desain tempat, suasana, dan pelayanan, akan mempengaruhi organism (respon emosional) dalam diri konsumen, yang kemudian menghasilkan response (tindakan), seperti keputusan untuk kembali mengunjungi tempat tersebut (Janah et al., 2024). Dalam konteks Warkop Teras, faktor-faktor seperti suasana nyaman, harga yang terjangkau, serta keramahan pelayanan dapat menjadi stimulus yang mempengaruhi persepsi positif mahasiswa terhadap tempat tersebut, sehingga mereka terus memilih Warkop Teras sebagai tempat nongkrong favorit. Lingkungan fisik yang mendukung suasana bersantai dan belajar memiliki pengaruh kuat dalam menciptakan respon emosional positif, yang pada akhirnya mendorong loyalitas konsumen.

2.6 Preferensi Mahasiswa terhadap Tempat Nongkrong

Mahasiswa memiliki preferensi khusus dalam memilih tempat nongkrong. Mahasiswa cenderung memilih tempat yang menawarkan suasana yang sesuai dengan kebutuhan mereka, baik itu untuk bersantai, berdiskusi, maupun belajar (Dewi et al., 2024). Penelitian ini juga menunjukkan bahwa harga yang terjangkau menjadi faktor kunci dalam preferensi mahasiswa, terutama karena mayoritas mahasiswa masih

mengandalkan uang saku yang terbatas. Selain itu, fasilitas pendukung seperti Wi-Fi gratis, tempat duduk yang nyaman, dan suasana yang tenang untuk belajar menjadi daya tarik utama bagi mahasiswa dalam memilih tempat nongkrong. Warkop Teras, dengan kombinasi suasana yang santai dan harga yang ramah di kantong mahasiswa, memenuhi kriteria tersebut, menjadikannya salah satu tempat favorit di kalangan mahasiswa Jabodetabek.

Metodologi Penelitian

3.1 Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode pendekatan kualitatif. Metode kualitatif ini, penulis yang menjadi instrumen dalam penelitian dan analisis dilakukan secara terus menerus dari awal penelitian hingga analisis data untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam dan rinci tentang Warkop teras.

3.2 Objek dan Subjek Penelitian

3.2.1 Objek Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Warkop Teras yang berada di Jl. Medokan Asri Barat XII NO.12, Medokan Ayu, Kec. Rungkut, Surabaya. Warkop teras adalah warung kopi yang populer di kalangan mahasiswa di kawasan Surabaya Timur.

3.2.2 Subjek penelitian

Penulis menggunakan subjek mahasiswa Jabodetabek yang sering nongkrong di Warkop Teras, penulis memilih secara purposive sampling. Selain itu, penulis juga meletakkan subjek kepada Pendiri atau owner Warkop Teras.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

3.3.1 Wawancara mendalam

Wawancara mendalam adalah proses komunikasi antara dua pihak, yaitu pewawancara dan narasumber, yang bertujuan untuk bertukar informasi dan pandangan melalui tanya jawab (Huberman & Miles, 1992). Dalam wawancara ini, pewawancara menggali makna dan perspektif narasumber tentang suatu topik secara lebih komprehensif, sehingga memperoleh pemahaman yang lebih mendalam dibandingkan sekadar pengamatan atau observasi biasa. Melalui wawancara mendalam, peneliti dapat memahami cara narasumber

menginterpretasikan situasi, pengalaman, atau fenomena tertentu yang mungkin tidak terlihat dari luar. Metode ini membuka ruang bagi narasumber untuk menyampaikan pandangan, pengalaman pribadi, serta emosi yang terkait dengan topik yang dibahas, yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam mengungkap aspek-aspek yang tersembunyi.

Selain itu, wawancara mendalam memungkinkan terjadinya interaksi dinamis yang membangun hubungan saling percaya antara peneliti dan narasumber. Dengan kepercayaan ini, narasumber cenderung lebih terbuka dan jujur, sehingga data yang diperoleh menjadi lebih kaya dan otentik. Dialog dilakukan pewawancara (interviewer) dalam hal ini peneliti untuk memperoleh informasi dari narasumber secara langsung. Pada cara ini, menggunakan pola wawancara terpimpin, yaitu wawancara yang dilakukan oleh pewawancara dengan membawa sederetan pertanyaan lengkap dan terperinci, selain itu dengan wawancara tidak terpimpin dalam bentuk percakapan yang nantinya disaring yang sesuai dengan penelitian yang diteliti. Wawancara dilakukan pada konsumen warkop teras dan karyawan yakni pada kondisi dan perkembangan Warkop Teras, meliputi jaringan jalan, aktivitas, fasilitas, menu makanan dan minuman, dan target konsumen.

3.3.2 Observasi partisipasi

Metode observasi atau pengamatan adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian melalui pengamatan dan penginderaan (Burhan, 2014). Beberapa bentuk metode observasi diklasifikasikan menjadi observasi partisipasi, observasi terang-terangan dan tersamar, dan observasi yang tak terstruktur. Observasi partisipasi terbagi menjadi empat, yaitu observasi partisipasi pasif, observasi partisipasi moderat, observasi partisipasi aktif, dan observasi partisipasi lengkap.

Penelitian ini menggunakan metode observasi partisipasi pasif dan aktif, yakni langsung datang di lokasi Warkop Teras, peneliti melakukan pengamatan kepada konsumen warkop teras tetapi tidak terlibat dalam kegiatan tersebut secara langsung. Kemudian melakukan pengamatan, pencatatan, dan pendokumentasian objek yang diamati secara sistematis untuk memperoleh data yang diperlukan.

Hasil dan Pembahasan

4.1 Deskripsi Warkop Teras

Warkop Teras merupakan sebuah warkop yang berlokasi di Jl. Medokan Asri Barat XII NO.12, Medokan Ayu, Kec. Rungkut, Surabaya. Warkop Teras telah berdiri sejak tahun 2020 saat pandemi Covid-19. Landasan dari penamaan “Warkop Teras” menurut pendirinya yakni Bang Tobing adalah karena posisinya yang berada di teras. Selain itu nama Warkop Teras juga sederhana dan mudah diingat oleh konsumen. Awal mula berdirinya Warkop Teras, diinisiasi oleh pendirinya yang merasa secara personal bukan tipikal yang nyaman bekerja di bawah telunjuk orang lain. Sehingga pada saat 2020, ketika pandemi dengan harga sewa ruko yang miring, pendiri mencoba untuk membuka usahanya sendiri. Awalnya, sebelum menjadi warkop sempat menjadi teras baca, karena pendiri memiliki komunitas baca. Namun seiring dengan berjalannya waktu beralih menjadi sebuah warkop karena melihat adanya peluang, dengan lokasi yang dekat dengan kampus dapat menjadi pilihan mahasiswa untuk ‘ngopi’ dan nongkrong.

4.2 Alasan Memilih Warkop Teras sebagai Tempat Nongkrong

Warkop bagi kalangan anak muda merupakan sebuah tempat untuk melakukan banyak hal. Bukan hanya nongkrong, sebagian juga sering menggunakannya untuk rapat, mengerjakan tugas dan lain-lain. Berdasarkan hasil wawancara dengan mahasiswa yang berasal dari Jabodetabek, peneliti menemukan beberapa temuan yang mendasari konsumen memutuskan untuk memilih Warkop Teras sebagai tempat nongkrong. Pertama, karena kebanyakan mahasiswa yang nongkrong di Warkop Teras didominasi oleh mahasiswa Jabodetabek, dengan latar belakang budaya dan bahasa yang sama membuat informan merasa nyaman, karena memiliki banyak kesamaan dan ketika berbicara satu sama lain ada banyak topik yang bisa dibicarakan karena merasa satu frekuensi. Kedua, lokasi yang strategis dan dekat dengan kampus UPN Veteran Jawa Timur membuat informan lebih sering untuk nongkrong di Warkop Teras di sela-sela perkuliahan atau saat sore setelah kelas hingga menjelang malam. Ketiga, tempat yang nyaman. Dengan fasilitas tempat yang tidak terlalu besar dan tidak terlalu kecil, informan merasa nyaman untuk berlama-lama berada di Warkop Teras.

4.3 Frekuensi dan Waktu Kunjungan

Warkop Teras mulai beroperasi setiap hari pada pukul 12.00 WIB hingga pukul 04.00 WIB dini hari, menjelang waktu subuh. Dengan waktu operasional yang panjang ini, Warkop Teras memberikan keleluasaan bagi para pengunjung, terutama mahasiswa, untuk datang kapan saja, baik siang maupun malam. Waktu buka yang fleksibel ini menjadikan Warkop Teras sebagai salah satu pilihan tempat nongkrong yang ideal, terutama bagi mereka yang sering memiliki jadwal kuliah atau aktivitas hingga malam hari.

Fleksibilitas waktu operasional ini juga memberi ruang bagi konsumen untuk merasa nyaman menghabiskan waktu lebih lama di sana. Tidak jarang, mahasiswa yang datang pada malam hari memanfaatkan Warkop Teras sebagai tempat untuk tidur atau bahkan bermalam. Hal ini didukung oleh suasana santai dan ramah yang ditawarkan oleh warkop tersebut, sehingga pengunjung merasa betah, bahkan untuk sekadar melepas penat atau menunggu pagi.

Menurut informasi dari beberapa informan, mereka biasanya mengunjungi Warkop Teras sebanyak 4 hingga 5 kali dalam seminggu. Kebiasaan ini menunjukkan bahwa Warkop Teras bukan hanya menjadi tempat nongkrong yang populer, tetapi juga sudah menjadi bagian dari rutinitas sehari-hari mahasiswa. Selain itu, kebanyakan dari mereka lebih sering datang pada malam hari, karena jam kuliah yang padat di siang hari atau karena suasana malam yang dianggap lebih kondusif untuk bersantai dan berbincang.

4.4 Persepsi Mahasiswa Jabodetabek terhadap Warkop Teras

Warkop Teras sudah dianggap sebagai rumah kedua oleh banyak mahasiswa Jabodetabek yang sering berkunjung. Tempat ini bukan sekadar warkop biasa, tetapi sudah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari mahasiswa yang mencari tempat untuk bersantai, belajar, atau berkumpul dengan teman-teman. Suasana yang ditawarkan Warkop Teras sangat mendukung tren anak muda saat ini. Mulai dari pemilihan *playlist* musik yang sesuai dengan selera mahasiswa, seperti lagu-lagu Bernadya yang *mellow* dan *relaxing*, hingga fasilitas yang nyaman seperti Wi-Fi kencang dan tempat duduk yang *cozy*, semuanya membuat mahasiswa betah berlama-lama di sana. Kombinasi ini memberikan suasana yang mirip dengan warkop-warkop di pusat kota Jakarta dan daerah sekitarnya, yang kerap menjadi tempat nongkrong favorit para mahasiswa.

Sebagian besar pengunjung Warkop Teras berasal dari kalangan mahasiswa di daerah Jabodetabek. Hal ini membuat Warkop Teras terasa sangat relevan dengan kebutuhan dan selera mereka. Bagi mahasiswa yang berasal dari Jabodetabek, warkop ini tidak hanya menjadi tempat untuk mengisi waktu luang, tetapi juga sebagai ruang untuk berjejaring dan bertukar ide. Mereka merasa bahwa Warkop Teras sudah sesuai dengan gaya hidup modern yang seringkali mengutamakan kenyamanan, kecepatan internet, dan suasana yang santai namun tetap produktif.

Meski begitu, beberapa informan yang sering berkunjung ke Warkop Teras memiliki saran dan harapan agar tempat ini dapat terus berkembang di masa depan. Salah satu harapan utama adalah agar Warkop Teras bisa memperluas area atau teritorinya. Dengan kapasitas yang lebih besar, diharapkan pengunjung yang datang bisa lebih banyak tanpa merasa sesak atau kehabisan tempat duduk, terutama pada jam-jam sibuk di malam hari. Perluasan ini juga dapat membuka kesempatan bagi lebih banyak mahasiswa untuk menikmati suasana Warkop Teras yang sudah mereka anggap sebagai tempat nongkrong favorit.

Selain itu, ada juga usulan dari pengunjung agar Warkop Teras menambahkan fasilitas televisi. Dengan adanya televisi, suasana di Warkop Teras akan semakin hidup, terutama ketika ada acara-acara besar seperti pertandingan sepak bola yang bisa ditonton bersama. Fasilitas ini akan menambah nilai hiburan bagi pengunjung, sekaligus menjadi ajang untuk mempererat kebersamaan di antara mahasiswa. Menonton bola atau acara lainnya bersama-sama bisa menjadi daya tarik tambahan, sehingga Warkop Teras tidak hanya dikenal sebagai tempat nongkrong, tapi juga tempat untuk menikmati hiburan bareng teman-teman.

4.5 Warkop Teras Sebagai Tempat Komunitas Mahasiswa Jabodetabek

Salah satu faktor utama yang menjadikan Warkop Teras sebagai tempat nongkrong favorit mahasiswa Jabodetabek adalah adanya keterlibatan aktif dari komunitas Himpunan Mahasiswa Jabodetabek yang berkuliah di UPN Veteran Jawa Timur. Komunitas ini terdiri dari mahasiswa Jabodetabek, yang sering berkumpul dan melakukan kegiatan bersama di tempat tersebut. Keberadaan komunitas ini tidak hanya mempererat hubungan antaranggota, tetapi juga secara tidak langsung turut mempromosikan Warkop Teras sebagai lokasi yang ideal untuk bersosialisasi dan beraktivitas. Dengan seringnya

diadakan acara atau pertemuan di Warkop Teras, tempat ini menjadi semakin populer di kalangan mahasiswa Jabodetabek, menjadikannya sebagai pusat pertemuan informal yang ramai dikunjungi.

Menurut beberapa informan, awal mula mereka mengenal Warkop Teras adalah melalui ajakan dari kakak tingkat (kating) yang aktif di Himpunan Mahasiswa Jabodetabek. Para kating sering kali mengundang anggota baru atau adik tingkat untuk bergabung dalam acara diskusi, *sharing session*, atau bahkan sekadar nongkrong santai di Warkop Teras. Hal ini menciptakan budaya kolektif di mana mahasiswa baru secara otomatis dikenalkan dengan Warkop Teras sebagai tempat yang ideal untuk beraktivitas di luar kampus. Seiring waktu, tempat ini menjadi titik temu yang familiar dan nyaman bagi banyak mahasiswa yang berasal dari kawasan Jabodetabek.

Selain itu, kegiatan yang diadakan oleh komunitas ini tidak selalu bersifat formal. Diskusi yang diadakan biasanya diiringi dengan suasana santai, sembari menikmati kopi dan makanan ringan yang tersedia di Warkop Teras. Kegiatan sederhana seperti nongkrong dan 'ngopi' inilah yang membuat mahasiswa merasa terhubung, baik dengan teman-teman mereka maupun dengan tempat tersebut. Suasana yang ramah dan akrab mendorong anggota komunitas untuk datang kembali, bahkan ketika tidak ada acara formal yang diadakan. Seiring berjalannya waktu, kebiasaan ini membentuk perilaku konsumen di Warkop Teras, di mana mahasiswa Jabodetabek merasa warkop ini adalah tempat yang tepat untuk berbagai kegiatan, mulai dari mengerjakan tugas, berdiskusi, hingga bersantai.

Pada akhirnya, keterlibatan komunitas Himpunan Mahasiswa Jabodetabek di Warkop Teras memainkan peran besar dalam menciptakan dan memperkuat budaya nongkrong di sana. Kebiasaan berkumpul dan mengadakan acara rutin membuat tempat ini semakin dikenal di kalangan mahasiswa. Hal ini juga memperkuat identitas Warkop Teras sebagai tempat yang bukan hanya nyaman untuk bersantai, tetapi juga sebagai wadah bagi mahasiswa Jabodetabek untuk berjejaring, berbagi ide, dan membangun hubungan sosial yang erat.

4.6 Kelebihan dan Kekurangan Warkop Teras

Kelebihan utama Warkop Teras yang menjadi daya tarik besar bagi para mahasiswa adalah harganya yang sangat terjangkau. Dibandingkan dengan warkop-warkop lainnya,

harga makanan dan minuman di Warkop Teras tergolong murah dan ramah di kantong mahasiswa. Untuk minuman, harga dimulai dari Rp2000 saja, sedangkan makanan ringan seperti mie instan dibanderol dengan harga Rp6000. Menurut beberapa informan, dengan hanya mengeluarkan Rp10.000, pengunjung sudah bisa menikmati makanan dan minuman yang cukup mengenyangkan. Keterjangkauan harga ini tentu menjadi salah satu alasan mengapa Warkop Teras begitu diminati, terutama oleh mahasiswa yang cenderung memiliki anggaran terbatas untuk kebutuhan sehari-hari.

Selain harga yang terjangkau, Warkop Teras juga menawarkan waktu operasional yang sangat fleksibel. Dengan jam buka dari pukul 12 siang hingga pukul 4 dini hari, tempat ini memberikan keleluasaan bagi konsumen untuk datang kapan saja, termasuk pada larut malam. Fasilitas ini sangat bermanfaat bagi mahasiswa yang seringkali memiliki jadwal yang padat atau tugas yang harus diselesaikan hingga larut malam. Fleksibilitas operasional ini memungkinkan pengunjung untuk berlama-lama nongkrong di sana, entah untuk sekadar bersantai, mengerjakan tugas, atau berdiskusi bersama teman-teman. Beberapa informan bahkan mengakui bahwa mereka sering tertidur di Warkop Teras, tanpa khawatir kesiangan karena biasanya ada orang yang membangunkan mereka menjelang pagi. Hal ini semakin memperkuat kesan bahwa Warkop Teras adalah tempat yang nyaman dan aman untuk menghabiskan waktu lama, bahkan hingga dini hari.

Selain itu, Warkop Teras juga kerap mengadakan acara-acara seru seperti nonton bareng (nobar) melalui layar lebar, terutama saat ada pertandingan bola. Kegiatan seperti ini menambah daya tarik Warkop Teras, karena selain menjadi tempat nongkrong biasa, tempat ini juga menawarkan hiburan kolektif yang bisa dinikmati oleh banyak orang secara bersamaan. Acara lain seperti memancing bersama juga pernah diadakan, yang memberikan suasana berbeda dan lebih interaktif bagi pengunjung. Selain itu, Warkop Teras menjadi tempat yang strategis bagi mahasiswa untuk mengerjakan tugas. Tidak jarang, mahasiswa yang datang ke Warkop Teras bertemu dengan kakak tingkat (kating) yang juga sering nongkrong di sana. Kehadiran kating ini membantu mahasiswa yang lebih muda untuk berdiskusi atau bertanya jika mereka kesulitan mengerjakan tugas, sehingga Warkop Teras menjadi tempat yang produktif selain menyenangkan.

Namun, meski memiliki banyak kelebihan, Warkop Teras juga memiliki beberapa kekurangan yang dirasakan oleh pengunjung. Salah satu masalah utama adalah

keterbatasan tempat duduk. Dengan semakin populernya Warkop Teras di kalangan mahasiswa, jumlah pengunjung yang datang sering kali melebihi kapasitas tempat yang tersedia. Menurut informan, sering terjadi situasi di mana pengunjung tidak kebagian tempat duduk, terutama pada malam hari saat Warkop Teras sedang ramai-ramainya. Hal ini membuat beberapa orang harus menunggu atau mencari tempat lain untuk duduk. Pengunjung berharap Warkop Teras bisa memperluas area tempat duduknya agar lebih banyak yang bisa menikmati fasilitas warkop ini dengan nyaman.

Selain itu, beberapa pengunjung mengusulkan agar Warkop Teras menambahkan fasilitas televisi. Dengan adanya televisi, suasana nongkrong di Warkop Teras bisa menjadi lebih hidup, terutama saat tidak ada acara nonton bareng resmi. Televisi bisa menjadi media hiburan bagi pengunjung yang ingin menonton acara tertentu atau sekadar mengisi waktu sambil menunggu teman. Keberadaan televisi juga bisa mendukung acara nonton bareng menjadi lebih sering dan spontan, sehingga menambah daya tarik bagi mahasiswa yang mencari tempat hiburan murah meriah. Dengan beberapa perbaikan tersebut, Warkop Teras diharapkan bisa semakin meningkatkan kenyamanan dan keseruan bagi pengunjungnya, menjadikannya tempat nongkrong yang sempurna untuk mahasiswa Jabodetabek.

4.7 Peran Warkop Teras dalam Budaya Nongkrong Mahasiswa

Warkop Teras telah menjadi bagian penting dalam budaya nongkrong mahasiswa Jabodetabek. Tempat ini bukan hanya sekadar warkop biasa, tetapi juga menjadi tempat yang strategis bagi mahasiswa untuk berkumpul, bersosialisasi, dan mengerjakan tugas. Untuk memahami bagaimana Warkop Teras berperan dalam membentuk perilaku dan kebiasaan mahasiswa, peneliti menggunakan pendekatan teori Stimulus-Organism-Response (SOR) yang dikemukakan oleh Mehrabian dan Russell (1974). Teori ini menjelaskan bagaimana lingkungan (stimulus) memengaruhi kondisi internal individu (organism) yang pada akhirnya menghasilkan perilaku atau respon (response) (Permadi, 2022).

Stimulus (Rangsangan dari Lingkungan) Stimulus dalam konteks Warkop Teras mencakup berbagai elemen fisik dan sosial yang ada di tempat tersebut, seperti suasana nyaman, harga makanan dan minuman yang terjangkau, waktu operasional yang fleksibel, serta fasilitas Wi-Fi. Misalnya, *playlist* lagu yang santai, Wi-Fi kencang, dan lokasi yang

strategis menjadi faktor penting yang memengaruhi kenyamanan mahasiswa untuk nongkrong di sana. Tidak hanya itu, kegiatan rutin seperti nonton bareng (nobar) atau diskusi dengan komunitas mahasiswa juga menjadi rangsangan sosial yang memperkuat daya tarik Warkop Teras. Hal ini menunjukkan bagaimana rangsangan lingkungan fisik dan sosial di Warkop Teras memicu reaksi emosional positif dari mahasiswa.

Organism (Respons Emosional dan Kognitif Mahasiswa) Dalam tahap organism, mahasiswa yang berada di Warkop Teras merasakan berbagai reaksi emosional dan kognitif yang dipengaruhi oleh stimulus lingkungan tadi. Suasana yang nyaman dan fasilitas yang mendukung akan menimbulkan perasaan tenang, relaksasi, dan rasa aman. Menurut teori SOR, respons emosional seperti kenyamanan dan kesenangan inilah yang akan memengaruhi proses pengambilan keputusan seseorang. Dalam hal ini, mahasiswa merespons dengan merasa betah berlama-lama di Warkop Teras, karena mereka merasa bahwa tempat ini cocok dengan kebutuhan dan preferensi mereka, baik untuk bersantai, mengerjakan tugas, atau bersosialisasi. Reaksi positif terhadap lingkungan Warkop Teras juga dapat meningkatkan keterikatan mahasiswa dengan tempat tersebut, sehingga mereka lebih cenderung untuk sering datang kembali.

Response (Perilaku Konsumen) Tahap terakhir dalam teori SOR adalah response, yaitu perilaku nyata yang dihasilkan dari interaksi antara stimulus dan organism. Dalam konteks Warkop Teras, mahasiswa menunjukkan perilaku berupa kebiasaan datang berulang kali ke warkop, sering kali hingga 4-5 kali dalam seminggu, terutama pada malam hari. Mereka memanfaatkan Warkop Teras tidak hanya sebagai tempat nongkrong, tetapi juga sebagai tempat belajar, bersosialisasi, atau sekadar bersantai bersama teman-teman. Beberapa bahkan menjadikan warkop ini sebagai tempat favorit untuk bermalam, karena merasa aman dan nyaman berlama-lama di sana. Acara-acara seperti nobar dan diskusi juga memperkuat perilaku komunitas, di mana Warkop Teras menjadi tempat penting dalam memperkuat ikatan sosial di antara mahasiswa.

Melalui teori SOR, dapat dilihat bahwa peran Warkop Teras dalam budaya nongkrong mahasiswa didasarkan pada stimulus yang ditawarkan oleh tempat tersebut, baik fisik maupun sosial, yang kemudian memengaruhi respons emosional dan kognitif mahasiswa (organism), yang pada akhirnya tercermin dalam perilaku nongkrong mereka (response). Kombinasi dari harga terjangkau, suasana yang nyaman, serta fasilitas yang memadai

membuat Warkop Teras menjadi tempat ideal untuk mahasiswa menghabiskan waktu, membentuk perilaku nongkrong, dan berinteraksi sosial secara terus-menerus.

Kesimpulan

Warkop Teras memiliki peran penting dalam membentuk budaya nongkrong di kalangan mahasiswa Jabodetabek. Dengan harga makanan dan minuman yang terjangkau, waktu operasional yang fleksibel, serta suasana yang nyaman dan fasilitas yang mendukung, Warkop Teras menjadi tempat favorit bagi mahasiswa untuk berkumpul, bersosialisasi, dan bahkan mengerjakan tugas. Tempat ini telah menjadi bagian dari rutinitas sehari-hari mahasiswa, dan sering dianggap sebagai "rumah kedua."

Pendekatan teori Stimulus-Organism-Response (SOR) oleh Mehrabian dan Russell (1974) menjelaskan bagaimana lingkungan fisik dan sosial di Warkop Teras memengaruhi respons emosional mahasiswa, yang pada akhirnya tercermin dalam perilaku mereka. Stimulus berupa suasana nyaman, fasilitas yang memadai, dan kegiatan sosial menarik, menciptakan reaksi positif (organism) berupa rasa nyaman dan keterikatan. Hal ini mendorong mahasiswa untuk sering mengunjungi Warkop Teras dan berlama-lama di sana (response).

Namun, meskipun Warkop Teras memiliki banyak kelebihan, ada beberapa aspek yang perlu diperbaiki, seperti kapasitas tempat duduk yang terbatas dan saran untuk menambahkan fasilitas televisi sebagai hiburan tambahan. Dengan memperbaiki kekurangan ini, Warkop Teras bisa semakin memperkuat posisinya sebagai pusat kegiatan sosial mahasiswa di Jabodetabek, sekaligus meningkatkan kenyamanan dan pengalaman pengunjungnya.

Ucapan Terima Kasih

Dengan segala kerendahan hati, kami ingin mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah memberikan dukungan dan kontribusi luar biasa dalam penyusunan jurnal ini. Pertama, terima kasih kami sampaikan kepada Bapak Saifudin Zuhri, selaku dosen pengampu mata kuliah Perilaku Konsumen, yang telah memberikan arahan, ilmu, serta bimbingan berharga selama proses penelitian ini. Dukungan beliau sangat berarti bagi kami dalam memperdalam pemahaman dan menganalisis topik yang diangkat.

Kami juga berterima kasih kepada Bang Tobing, pemilik Warkop Teras, atas kesempatan dan dukungannya yang tak ternilai selama penelitian ini berlangsung. Kesediaan beliau berbagi pengalaman dan pandangannya sebagai pelaku usaha telah menambah wawasan kami mengenai dinamika perilaku konsumen di lapangan. Tak lupa, ucapan terima kasih kami sampaikan kepada para informan, khususnya para mahasiswa Jabodetabek, yang telah meluangkan waktu dan berbagi pengalaman serta pandangan mereka. Keterbukaan mereka sangat membantu kami dalam mendapatkan data yang kaya dan mendalam untuk kebutuhan penelitian ini.

Ucapan terima kasih yang tulus kepada teman-teman satu kelompok yang telah bekerja sama dalam proses penyusunan jurnal ini. Terima kasih atas semangat, dedikasi, dan komitmen kalian dalam setiap tahap pengerjaan—mulai dari diskusi awal, pengumpulan data, analisis, hingga penulisan akhir. Kerja keras dan kekompakan kita bersama tidak hanya membuat proses ini menjadi lebih mudah, tetapi juga menyenangkan dan penuh makna. Tanpa kontribusi dan kerjasama kalian, jurnal ini tidak akan tersusun dengan baik. Semoga hasil dari kerja keras kita ini dapat menjadi pembelajaran yang bermanfaat dan menjadi fondasi untuk kolaborasi yang sukses di masa depan. Terima kasih banyak, teman-teman!

Kami menyadari bahwa penyusunan jurnal ini tak akan terlaksana dengan baik tanpa dukungan dari pihak-pihak di atas. Sekali lagi, terima kasih atas segala bantuan, waktu, dan energi yang telah diberikan.

Referensi

- Ananda, F., Haris, S., & Erwansyah. (2023). Perilaku Konsumtif Remaja di Warung Kopi di Kota Muntok. *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Dan Akuntansi (JISMA)*, 2(1), 875–880. <https://melatijournal.com/index.php/jisma/article/view/326>
- Azzahra, M. R. (2022). *Pergeseran Makna Warung Kopi Sebagai Third Place Pada Kalangan Mahasiswa*. 127.
- Dewi, B. P., Hermawan, H., & Afif, F. (2024). Generation Z and Coffee Tourism Trends: Preferences, Experiences, and Potential in Yogyakarta. *Gastronomy*, 3(2), 82–94. <https://doi.org/10.36276/gastronomyandculinaryart.v3i2.739>
- Huberman, & Miles. (1992). Teknik Pengumpulan dan Analisis Data Kualitatif. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 02(1998), 1–11.
- Janah, N. R., Istiqomah, Y., & Setiawati, L. (2024). *Analisis Framework Stimulus Organism*

Response (SOR) pada Live Streaming Marketplace terhadap Keputusan Pembelian di LAF Project. 4.

- Kurniawan, R. A., & Sundari, E. (2024). Pengaruh Promosi, Store Atmosphere, dan Shopping Emotion terhadap Impulse Buying (Studi Kasus pada Pengunjung Mall SKA di Kota Pekanbaru). *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 18(1), 144. <https://doi.org/10.35931/aq.v18i1.2972>
- Olifia, S. (2022). Remaja Dan Warung Kopi. *Jurnal Ilmu Komunikasi 2022*, XXVII(3), 251–266.
- Permadi, T. Y. (2022). *Analisis S-O-R Pada Penawaran Produksi Melalui Teknologi Live Streaming Terhadap Niat dan Penggunaan E-Commerce*. 1–176.
- Tamir, A. A., Rizal, M., & Auliana, L. (2024). *PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP CUSTOMER LOYALTY KIBOU COFFEE KEMANG*, . 13(September), 1806–1816. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v13i3.1225>