

ABSTRAK

Ditengah kehadiran *Coffe shop* yang Modern dan *Instagramable* di wilayah Mojosari, D'Home Coffe and ART space *Coffe shop* berdiri dengan konsep yang sederhana. Kendati demikian *Coffe shop* ini selalu di datangi oleh pengunjung setianya sekalipun mereka berasal dari luar kota. Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini dengan tujuan mengetahui pola komunikasi yang di bangun oleh pemilik *Coffe shop* dengan pelanggannya untuk menjaga sebuah keseimbangan sosial yang menyebabkan mereka mempunyai kedekakatan emosional yang baik. Jenis penelitian yang digunakan adalah studi kasus. Informan penelitian ini adaalah mas Alvi sebagai pemilik *Coffe shop* dan sample pengunjung yang terdiri dari 12 orang yang mempunyai intensitas kedatangan cukup sering. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan melakukan wawancara dan observasi. Hasil penelitian ini adalah model komunikasi ABX yang terjadi di D'Home Cofee Shop membentuk sebuah pola komunikai yang berbentuk sirkuler yang mempengaruhi keputusan orang ketiga untuk datang kembali ke *Coffe shop* ini dan keterbukaan diri para pelanggan kepada pemilik *Coffe shop*

Kata kunci : *Coffe shop*, Model ABX, Pola komunikasi

ABSTRACT

Amid the presence of Modern and Instagramable Coffee shops in the Mojosari region, D'home Coffe and ART space Coffe shop stands with a simple concept. Nevertheless coffee shop is always visited by loyal visitors even though they come from outside the city. Researchers are interested in conducting this research with the aim of knowing the communication patterns established by Coffee Shop owners with their customers to maintain a social balance that causes them to have a good emotional approach. This type of research is a case study. The informants of this study consisted of 5 visitors who had frequent arrivals. Data collection techniques in this study is to conduct interviews and observations. The results of this study are the ABX communication model that occurs at Dome Home Coffee Shop forms a circular communication pattern that influences the decision of a third person to come back to the coffee shop and the openness of the customers to the coffee shop owner.

Keywords: Coffe shop, ABX model, communication patterns