

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Kemunculan *co-working space* erat hubungannya dengan perkembangan kebiasaan kerja. Perkembangan itu terjadi karena pengaruh dari kemajuan ekosistem digital serta perubahan pola pikir manusia yang beradaptasi dengan generasi saat ini. Pada era industri 4.0 ekosistem digital memudahkan aktivitas manusia, pekerjaan dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja. Pertumbuhan ekosistem digital mendorong banyaknya kehadiran pelaku ekonomi kreatif yang pastinya membutuhkan inovasi dan kolaborasi dengan banyak pihak, Hal ini mengakibatkan munculnya sektor-sektor usaha baru yang membutuhkan wadah untuk bekerja sama dan berkolaborasi (Neil El Himam, 2021). Perkembangan ekosistem digital memudahkan fleksibilitas waktu dan tempat untuk pekerja kreatif bekerja secara mandiri (Nisrina & Handoyo, 2021), namun fasilitas ruangan yang memadai untuk pekerja remote, pekerja lepas (*freelancer*), dan digital nomad kurang terpenuhi. Selain itu, bekerja di rumah membuat urusan pekerjaan dan urusan rumah tangga menjadi tidak terbatas, bekerja dari rumah juga menurunkan produktivitas dan menghilangkan kesempatan terjadinya interaksi sosial yang dapat membangun kolaborasi (Kurnianingtyas, 2023). Sehingga dibutuhkan ruang bekerja bersama (*co-working space*). Menurut Kurnianingtyas (2023) *coworking space* memadukan elemen ruang informal dan kreatif dengan ruang kerja atau ruang fungsional, sehingga memungkinkan penerapan tipologi ruang kerja yang menyerupai pola kerja ini secara lebih fleksibel dan dinamis. Selain itu, bekerja di lingkungan terbuka dapat memungkinkan banyaknya relasi serta kolaborasi. *Coworking space* dapat menggantikan 20-30% dari jumlah ketersediaan kantor di kota pada tahun 2030, *coworking space* di Asia Tenggara memiliki persentase kurang dari 1% dari total perkantoran dan diperkirakan tumbuh hingga 10-15% pada tahun 2030 (Satria Putri, 2019). Dengan banyaknya kelebihan tersebut, trend perkembangan *co-working* semakin bertumbuh diberbagai wilayah, khususnya pada Kawasan Urban (Kurnianingtyas, 2023).

Fenomena *co-working* pada setiap wilayah tergantung pada karakteristik wilayah itu sendiri. Perancangan baru *co-working* ini berlokasi di Bandung, Salah satu kota terbesar ketiga di Indonesia, merupakan kota dengan kontribusi besar perkembangan ekonomi kreatif, pusat inovatif untuk kreativitas dan kewirausahaan. Kota Bandung didominasi

oleh pengguna generasi Z dan millennials yang mahir menggunakan teknologi dan memprioritaskan *Work-Life balance*. Selain itu, UNESCO menetapkan Bandung resmi bergabung dengan UCCN (UNESCO Creative Cities Network) pada bulan Desember tahun 2015 (Miftah, 2016). Bandung juga menyelenggarakan berbagai lokakarya, konferensi, dan festival (Avianti R, 2015). Berdasarkan fakta tersebut, pengguna di Bandung sering mengadakan acara atau *event* untuk mengembangkan inovasi dan kreativitas pekerjaannya. Pada tahun 2008, Bandung juga merupakan kota yang pertama kali mengenalkan istilah *co-working space* di Indonesia, akan tetapi seiring dengan perkembangan waktu, pertumbuhan *co-working* yang awalnya sekitar 40 unit berkurang dan menyisakan sekitar 15 *Co-working Space* di Bandung, berkurangnya *co-working space* disebabkan oleh kurangnya minat dan pengetahuan tentang konsep *co-working space* (Surbakti & Danil, 2020). Namun pada tahun 2019, Pemerintah Kota Bandung mengeluarkan Perda nomor 3 tahun 2019 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah Kota Bandung (RPJMD) 2018-2023, salah satu janji adalah pengembangan pusat pemberdayaan ekonomi dan kreativitas masyarakat (*Coworking Space* atau Ruang Kerja Bersama) di 30 Kecamatan. Oleh karena itu, saat ini mulai bermunculan kembali persaingan pemberdayaan *co-working* dengan berbagai macam fasilitas dan kegunaan. Perancangan *co-working space* ini terletak di Jalan Dipatiukur, Lebakgede, Kecamatan Coblong, Kota Bandung. Berdasarkan Perda Kota Bandung nomor 5 tahun 2022, kecamatan Coblong merupakan bagian dari SWK Cibeunying, termasuk kedalam kawasan Travelapolis, merupakan kawasan perlindungan bangunan heritage dan pusat kuliner, sehingga pada area tersebut terdapat banyak penyedia akomodasi, jasa perusahaan, makanan dan minuman. Pada lokasi tersebut juga berdekatan dengan Universitas sehingga memiliki potensi pengadaan event dan pengunjung yang beragam. Lokasi tersebut memiliki akses transportasi umum yang mudah, serta dekat dengan pusat kota, sehingga dapat menjadi potensi untuk menarik minat kunjungan pekerja dari kota lain.

Brand yang digunakan pada perancangan adalah *Concrete space*, merupakan brand *co-working* yang berasal dari Jakarta, berfokus pada ruang kerja, komunitas, dan layanan bagi para kreatif dan wirausaha. Konsep *co-working Concrete space* juga tidak hanya sebagai penyewaan tempat bekerja saja, melainkan juga sebagai penghubung bagi setiap pengguna sesuai dengan visi dan misinya. *Concrete space* memiliki visi dan misi yaitu *connect*, *create*, dan *collaborate* yang diimplementasikan dengan pengadaan program

tahunan seperti pengadaan bazar maupun lokakarya dengan tema beragam yang sesuai dengan karakteristik pengguna di Bandung. Dengan adanya program tersebut di Bandung dapat memunculkan potensi kolaborasi serta koneksi yang bermanfaat bagi pengguna dan sektor usaha baru untuk bekerja sama. Berdasarkan hasil studi banding, didapat permasalahan terkait dengan penggunaan fungsi ruang yang timpang tindih antara area co-working dengan area event terbuka sehingga tidak digunakan secara maksimal. Namun juga terdapat potensi seperti penggunaan sistem open plan untuk meningkatkan suasana kolaborasi, variasi meja kerja, dan penambahan area café dan foodcourt untuk menarik minat mahasiswa maupun pekerja. Dengan adanya potensi dan permasalahan tersebut, perancangan ini bertujuan untuk menciptakan konsep baru co-working yang aktif mengadakan acara dan event sesuai dengan karakteristik Bandung.

1.2 IDENTIFIKASI PERMASALAHAN

Concrete space memiliki visi dan misi yaitu membangun koneksi antar komunitas (*connect*), membantu menciptakan sebuah ide menjadi kreasi (*create*), dan Menyediakan peluang untuk berkolaborasi (*collaborate*), sehingga didapat identifikasi permasalahan pada perancangan di Bandung, sebagai berikut :

1. Perancangan *Co-working* yang disesuaikan dengan karakteristik Bandung.
2. Pembagian fungsi ruang berdasarkan karakteristik kegiatan *brand Concrete Space*.
3. Perancangan interior yang disesuaikan dengan identitas *Concrete Space*.

1.3 RUMUSAN PERMASALAHAN

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, diperoleh beberapa rumusan masalah. yaitu :

1. Bagaimana cara mendesain *co-working* yang disesuaikan dengan karakteristik pengguna di Bandung ?
2. Bagaimana cara menciptakan fungsi ruangan yang sesuai dengan visi & misi serta kegiatan brand *Concrete Space* ?
3. Bagaimana cara mengimplementasikan identitas *Concrete Space* pada perancangan ?

1.4 TUJUAN DAN SASARAN PERANCANGAN

1.3.1 Tujuan

Tujuan perancangan *co-working Concrete space* di Bandung adalah memberi konsep ruang kerja dengan branding yang tidak hanya sebagai penyewaan tempat saja, melainkan sebagai tempat untuk *connect, create, dan collaborate*. Perancangan ini juga bertujuan untuk memberikan fasilitas baru untuk berkolaborasi dengan menyediakan ruangan khusus yang diperuntukkan untuk mencari relasi bagi pengunjung yang memang sedang membutuhkan partner kerja, menambahkan area *breakout room* dan area pelengkap yang disesuaikan dengan kebutuhan pengguna. Selain itu, perancangan ini juga akan membagi area *co-working* yang disesuaikan dengan kegiatan individu maupun kelompok.

1.3.2 Sasaran

Berdasarkan dari deskripsi tujuan perancangan, sasaran dari perancangan baru *co-working* dijabarkan sebagai berikut :

1. Merancang *co-working space* yang sesuai dengan karakteristik Bandung dengan menambah ruangan sesuai dengan kebutuhan.
2. Merancang fungsi ruang yang disesuaikan dengan kegiatan *Concrete space* supaya ruang dapat digunakan secara maksimal.
3. Membawa identitas brand *Concrete Space* kedalam perancangan ruang sehingga mudah untuk diingat.

1.5 BATASAN PERANCANGAN

Co-working space dalam perancangannya memiliki batasan yang akan diterapkan, sebagai berikut :

- | | |
|----------------------------------|--|
| a. Objek desain | : <i>Co-working space</i> |
| b. Status perancangan | : Perancangan baru |
| c. Lokasi perancangan | : Jl. Dipati Ukur, Lebakgede, Kecamatan Coblong, Kota Bandung, Jawa Barat 40132. |
| d. Batas luas perancangan | : 800-1000 m^2 |
| e. Luas Bangunan | : 4 lantai (2650 m^2) |
| f. Klasifikasi <i>co-working</i> | : <i>Co-working Place</i> |
| g. Klasifikasi target pasar | : <i>Satellite space</i> |

- h. Sasaran pasar : Pekerja mandiri (*freelancer; remote worker*), Instansi, startup, komunitas kreatif, dan mahasiswa.
- i. Pendekata : *Brand identity*
- j. Kegunaan ruang : Ruang bekerja bersama untuk umum, ruang kolaborasi, ruang pelatihan, dan ruang acara.
- k. Total batasan perancangan : 967,3 m²
- l. Area Perancangan :

NO.	AREA PERANCANGAN	LUAS PERANCANGAN
1.	Share area individu dan kelompok	538,6 m ²
2.	Ruang meeting	25,7 m ²
3.	Ruang serbaguna	50,7 m ²
4.	Ruang kelas	45,9 m ²
5.	Studi foto	78,4 m ²
6.	Kantor sewa	74,4 m ²
7.	Area resepsionis dan <i>lounge</i>	28,2 m ²
8.	Area penunjang co-working	44,5 m ²
9.	Area kolaborasi dan bersantai	67,4 m ²
10.	Café dan area makan	44,3 m ²
TOTAL LUAS PERANCANGAN :		998,1 m ²

1.6 METODE PERANCANGAN

Metode pengumpulan data didapat dari data langsung (primer) dengan cara observasi sekaligus studi banding dan wawancara, dilengkapi dengan data tidak langsung (sekunder), seperti studi literatur dan studi preseden. Sebagai berikut :

- **Wawancara**

Tahap wawancara dilakukan dengan pengelola dari *co-working* yang dijadikan sebagai studi banding, yaitu manajer Concrete, Supervisor Co&Co Hub, dan Coworking coordinator IdeaHub. Pertanyaan wawancara meliputi sistem operasional, struktur organisasi, aktivitas *co-working*, tenant penyewa, kegiatan mingguan, bulanan, maupun tahunan serta fasilitas yang terdapat di *co-working*.

- **Observasi dan Studi Banding**

Observasi dilakukan dengan mengunjungi secara langsung ketiga *co-working* yang akan dijadikan sebagai studi banding. Pada tahap ini dilakukan observasi terkait pengukuran ruangan, fasilitas ruangan, elemen interior, alur aktivitas, suasana *co-working*, dan lain sebagainya.

- **Dokumentasi**

Dokumentasi dilakukan dengan pengambilan gambar dan video pada tiap ruang saat melakukan observasi. Kegunaan dokumentasi adalah sebagai bukti visual terkait dengan analisis studi banding yang nantinya akan di komparasi.

- **Studi Literatur**

Studi literatur merupakan pengumpulan data penunjang untuk melengkapi data primer, didapat dari jurnal, penelitian, tugas akhir, buku standarisasi, peraturan pemerintah, artikel online, dan ulasan pengguna secara online terkait dengan *co-working space*.

- **Studi Preseden**

Studi preseden dilakukan dengan cara menganalisa secara online 2 *co-working* yang dirasa baik dan memiliki parameter dari pendekatan yang digunakan. Hasil dari studi preseden akan dikomparasi dengan studi banding sehingga mendapatkan hasil akhir berupa kesimpulan yang akan dijadikan referensi untuk perancangan baru ini.

1.7 MANFAAT PERANCANGAN

A. Bagi Masyarakat Usia Produktif

- Memberikan wadah maupun tempat untuk lebih produktif
- Tempat pertemuan untuk berkolaborasi dengan tujuan mencari relasi dari berbagai macam kalangan.
- Dengan adanya share area, secara tidak langsung memperkenalkan suasana kerja pada mahasiswa.

B. Bagi Komunitas

- Memberikan tempat untuk memperkenalkan dan mengembangkan suatu komunitas.
- Dapat mempromosikan produk pada umum dengan cara melakukan seminar maupun *workshop class*.
- Memberikan relasi untuk suatu kolaborasi antar komunitas.

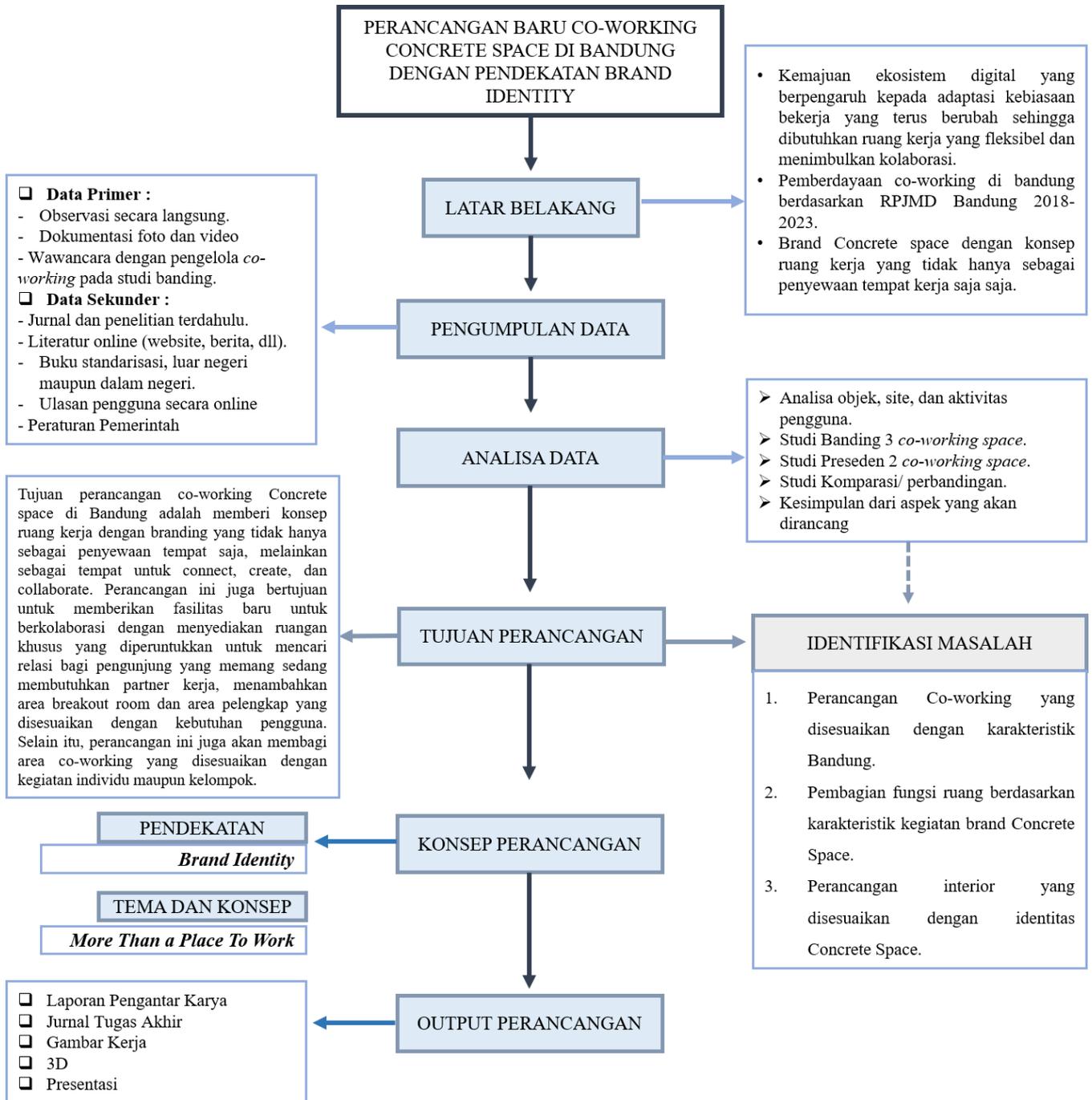
C. Bagi Keilmuan Interior

- Memberikan inovasi baru terkait dengan fungsi penunjang yang dapat diterapkan pada *co-working*.
- Memberikan inovasi terkait dengan penataan layout dan furniture yang awalnya terkesan formal menjadi lebih fleksibel.

D. Bagi Brand *Co-working* di Bandung

- Memberikan pembaharuan yang dapat memajukan brand.
- Memberikan ciri khas ruang kerja sesuai dengan lokasi dan branding.

1.8 KERANGKA BERPIKIR



1.9 PEMBABAN LAPORAN TA

Pada laporan ini dibagi ke dalam 5 bab, penulisan pada tiap bab sebagai berikut :

- **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada BAB I membahas tentang latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan dan sasaran perancangan, batasan perancangan, metode perancangan, dan kerangka berpikir.

- **BAB II : KAJIAN PUSTAKA DAN REFERENSI DESAIN**

Pada BAB II membahas tentang definisi co-working, perbandingan co-working dengan perkantoran, nilai dan budaya dalam co-working, pembagian fasilitas ruang, klasifikasi co-working, standarisasi, pendekatan desain, dan studi perseden.

- **BAB III : ANALISIS STUDI BANDING DAN DESKRIPSI PROYEK**

Pada BAB III membahas tentang analisis studi banding, tabel komparasi, deskripsi data proyek, dan analisis perancangan.

- **BAB IV : TEMA DAN KONSEP IMPLEMENTASI PERANCANGAN**

Pada BAB IV membahas tentang penjelasan tema dan konsep yang akan diterapkan pada perancangan sehingga menciptakan hasil akhir dari perancangan.

- **BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada BAB V merupakan kesimpulan dari hasil perancangan dan saran yang ingin disampaikan untuk penelitian lebih lanjut.

- **DAFTAR PUSTAKA**

- **LAMPIRAN-LAMPIRAN**