

Coworking Space: Pergeseran Makna Ruang dan Pola Kerja Masyarakat Urban di Jakarta

Ardianti Permata Ayu; Lily Wijayanti

ardiantipermata@gmail.com; lilywijayanti@senirupaikj.ac.id

Program Studi Desain Interior, Fakultas Seni Rupa Institut Kesenian Jakarta

Abstrak

Seiring dengan cepatnya perkembangan teknologi, maka aktivitas masyarakat—khususnya masyarakat urban—pun menjadi lebih cepat, *mobile*, serta melampaui batasan ruang. Hal tersebut memicu terjadinya jenis-jenis pekerjaan yang juga *mobile*, yang tidak memerlukan kantor sebagai tempat bekerja secara khusus. Penggunaan ruang kerja yang kompleks tidak lagi diperlukan untuk beberapa pekerjaan tersebut, karena penyimpanan data dan pengarsipan sudah dapat disimpan dalam ruang virtual. Hal ini menyebabkan adanya kecenderungan pola kerja yang berubah. Beberapa pekerjaan menjadi semakin liat, tidak lagi harus mengikuti sistem rantai kerja (ekosistem) yang bersifat hierarkis, melainkan sistem kolaboratif yang bersifat horizontal. Adanya konsep bekerja dengan sistem sosialisasi dan kolaborasi dalam berbagai bidang tersebut diterapkan dalam wujud budaya *knowledge sharing*. Maka kemudian, muncullah ide-ide kreatif untuk menciptakan ruang bekerja yang dapat mengakomodir permasalahan urban tersebut di atas sekaligus juga ruang bekerja yang memiliki suasana ruang yang nyaman dan santai, yaitu ruang bekerja yang disebut dengan *coworking space*. Penelitian ini dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dan pendekatan *cultural studies*, mencoba mengkaji **bagaimana dengan adanya *coworking space*, maka pergeseran makna dan fungsi ruang (ruang bekerja) terjadi**, sehingga dapat dilihat **bagaimana proses dinamika perubahan pola kerja sebagai kebudayaan dalam masyarakat urban terjadi, khususnya di Jakarta, yang kemudian direpresentasikan dalam desain model ruang kerja *coworking space***.

Kata kunci

coworking space, desain interior, kota urban, masyarakat urban, pekerjaan

Abstract

The rapid development of technology has affected the activities of urban communities, which is becoming more mobile, including work activities. It triggers the types of jobs that are also mobile, which do not require an office as a place to work specifically. The use of complex workspaces is no longer needed for some of these jobs, because data storage and archiving can already be stored in virtual space. Some jobs are becoming more fluid, no longer have to follow a hierarchical chain of work (ecosystem) system, but rather a horizontal collaborative system. The concept of working with collaboration systems in various fields is applied in the form of a knowledge sharing culture. Based on this, then coworking space appears as a workspace that can accommodate the work activities of urban communities. This study by using qualitative research methods and cultural studies approaches, try to examine how the meaning and function of space (work space) has shifted in coworking space, so that it can be seen how the dynamic process of changing work patterns as culture in urban society occurs, especially in Jakarta, which is represented in the design of coworking space work space models.

Keywords

coworking space, interior design, urban city, urban community, work

Pendahuluan

Adanya arus urbanisasi¹ di Jakarta telah memicu kota urban ini terus mengalami perubahan sosial kemasyarakatan. Arus tersebut disebabkan oleh tawaran yang menjanjikan di Jakarta sebagai kota besar, antara lain sebagai pusat berkembangnya modernitas, pusat pendidikan, pemusatan kapital dan sumber daya, pusat kekuasaan politik dan budaya oleh patron, sekaligus sebagai akses informasi serta akses infrastruktur yang telah maju. Akibatnya masyarakat dari berbagai daerah datang ke Jakarta untuk memenuhi tawaran tersebut. Mencari peruntungan hidup yang lebih layak, termasuk juga untuk mendapatkan pendidikan dan pekerjaan yang layak. Tentunya hal tersebut menyebabkan meningkatnya pertumbuhan penduduk sekaligus juga menyebabkan meningkatnya kepadatan kota Jakarta dari masa ke masa. Peningkatan tersebut juga berdampak pada banyaknya lulusan perguruan tinggi yang membutuhkan lapangan pekerjaan di Jakarta, namun pada kenyataannya perusahaan yang mewadahi mereka tidaklah banyak.

Sejalan dengan itu, meningkatnya kebutuhan pekerjaan yang tidak terwadahi oleh perusahaan besar tidak membuat kota dipenuhi oleh para pengangguran, namun mereka mencoba mencari alternatif pekerjaan, yaitu bekerja secara mandiri agar dapat bertahan hidup. Bekerja secara mandiri yaitu bekerja tanpa terikat dengan suatu perusahaan tertentu. Bekerja secara mandiri ini pada akhirnya tidak hanya dilakukan oleh orang-orang yang tidak terwadahi oleh perusahaan tertentu (berpendidikan namun pengangguran), melainkan juga dilakukan oleh orang-orang yang merasa jenuh dengan ikatan perusahaan, menjadi bawahan dalam suatu struktur perusahaan dengan waktu bekerja formal yang sangat mengikat. Sehingga, kemudian banyak orang yang memutuskan berhenti bekerja di kantor untuk beralih menjadi seorang wirausaha (*entrepreneur*), yaitu bekerja secara tidak terikat oleh batasan kantor dengan waktu bekerja yang formal, menjadi pemilik perusahaan, tanpa harus memiliki modal besar. Jenis pekerjaan seperti itu antara lain: jasa konsultan, perusahaan kecil, *start up*, maupun *freelancer*.

Tidak hanya itu, munculnya jenis pekerjaan tersebut di atas juga dikarenakan oleh beberapa faktor perkembangan zaman, seperti adanya tuntutan percepatan waktu pada masyarakat urban yang modern, juga pertumbuhan infrastruktur dan konektivitas data (teknologi) yang semakin baik, serta keberadaan ruang publik dan komunitas yang semakin dibutuhkan. Jenis pekerjaan kreatif tersebut tidak memerlukan kantor secara khusus. Aktivitas masyarakat kota yang bergerak

¹ Makna urbanisasi itu sendiri menurut Philip M. Hauser dan Robert W. Gardner (1985: 3) adalah suatu proses perubahan proporsi penduduk yang berdiam di daerah perkotaan. Urbanisasi itu sendiri berasal dari kata "Urban" yang artinya bersifat kekotaan (Soetomo, 2009: 34). Urbanisasi dapat terjadi apabila angka pertumbuhan penduduk perkotaan lebih besar dari angka pertumbuhan penduduk pedesaan.

cepat dan *mobile*, serta terbiasa dengan hal-hal yang serba modern² dan praktis juga menjadi salah satu pemicu munculnya pekerjaan yang tidak memerlukan kantor sebagai tempat bekerja secara khusus. Penggunaan ruang bekerja yang kompleks tidak lagi diperlukan untuk beberapa pekerjaan kreatif tersebut, karena penyimpanan data dan pengarsipan sudah dapat disimpan dalam ruang virtual, bukan lagi ruang dalam artian secara fisik. Hal ini menyebabkan adanya kecenderungan pola kerja yang berubah. Beberapa pekerjaan menjadi semakin liat, tidak lagi harus mengikuti sistem rantai kerja (ekosistem) yang bersifat hierarkis, melainkan sistem kolaboratif yang bersifat horizontal.

Sebelumnya orang harus bekerja di ruang fisik yang cukup kompleks yang disebut sebagai kantor. Secara umum makna kantor yaitu merupakan sebuah ruang atau area yang dijadikan tempat berlangsungnya administrasi, sekaligus dapat menunjukkan suatu posisi hirarkis dalam struktur organisasi dengan aktivitas kerja yang spesifik. Dalam lingkup pengertian keruangan (*space*), kantor merupakan tempat berlangsungnya pengumpulan data, pencatatan, pengolahan, penyimpanan arsip dan dokumen, serta penyampaian informasi yang diperlukan oleh suatu perusahaan atau instansi (Caywood, 2007).

Kini antara produsen dengan konsumen bisa langsung berhubungan tanpa melalui distributor atau perantara. Produksi dilakukan dengan sistem kolaboratif yang tidak terikat. Namun walau begitu, dalam prosesnya tetap dibutuhkan ruang diskusi untuk menyatukan ide dan konsep secara bersama, sebagai salah satu wujud budaya *knowledge sharing*. Sehingga ruang fisik masih tetap dibutuhkan. Kebutuhan ruang fisik tersebut kemudian direalisasikan dengan ruang yang dapat mengakomodir permasalahan urban tersebut di atas, yaitu *coworking space*.

Coworking space merupakan sebuah ruang untuk berkolaborasi dan bertukar ide agar menghasilkan sesuatu dengan cara berbagi, baik dalam hal kemampuan maupun pengetahuan, serta menjadikan sebuah tempat untuk belajar pengalaman baru, secara ekonomis dan efisien (Foertsch, 2011). Secara sederhana dapat dikatakan juga sebagai lingkungan kerja bersama yang menawarkan keseimbangan yang tepat antara kebebasan, struktur, budaya kolaborasi dan komunitas.

Sistem pengorganisasian ruang yang fleksibel dan *open space*, serta sirkulasi yang dapat menghubungkan para *coworker* satu sama lain, adalah syarat yang paling mendasar dalam perencanaan desain interiornya. *Coworking space* tidak hanya menawarkan tempat dan

² Meningkatnya perkembangan teknologi secara pesat menjadikan perubahan gaya hidup seseorang, segala sesuatunya selalu berkaitan dengan teknologi digital. Gaya hidup modern yakni ketika seseorang telah menggunakan teknologi digital tersebut dalam setiap aktivitas hidupnya (Appadurai, 1996).

fasilitas ruang untuk bekerja dan berkolaborasi saja, tetapi juga menyediakan satu hal penting bagi pelaku bisnis yaitu *networking*. Perencanaan desain interior *coworking space* merupakan perencanaan ruang kerja yang memiliki ragam kesulitan seperti pengaturan sistem sirkulasi serta pemilihan zoning area yang harus disesuaikan dengan ketersediaan ruang dan juga kebutuhan ruang pengguna. Tentunya sirkulasi menjadi penting untuk disesuaikan dengan *privasi* dan keamanan pengunjung.

Dalam hal ini, desainer interior harus mulai berpikir secara kreatif, bagaimana suatu ruang kecil dapat menampung banyak *entrepreneur*, para *start up* dari berbagai latar belakang dan bidang pekerjaan yang berbeda, untuk saling berkolaboratif. Tentunya dalam pemodelan desain interior, *layout* dan sirkulasi ruang menjadi penting agar prinsip kolaborasi, *networking*, dan *community* dapat terjadi.

Tulisan ini akan mengkaji tentang bagaimana dengan adanya *coworking space*, maka terlihat ada indikasi pergeseran makna dan fungsi ruang, serta adanya perubahan pola konsumsi masyarakat urban dalam bekerja. Apa yang menjadi latar belakang dan bagaimana hal tersebut dapat terjadi. Selain itu juga bagaimana perubahan fungsi dan pemaknaan ruang terkait dengan peran pekerjaan desainer interior, sebagai agen perubahan yang dapat membentuk kebutuhan dan pola perilaku masyarakat urban. Dengan mengkaji permasalahan tersebut, maka dapat dilihat bagaimana proses dinamika perubahan kebudayaan terjadi dalam masyarakat urban, khususnya di Jakarta.

Pembahasan

Pengguna (user) Coworking

Masyarakat urban di Jakarta sebagai subyek pengguna *coworking* dibagi menjadi tiga golongan, yaitu golongan para pekerja, komunitas dan pelajar, baik pelajar tingkat Sekolah Menengah maupun tingkat Mahasiswa. Hal tersebut dikarenakan penggunaan *coworking* tidak lagi hanya diperuntukkan bagi kalangan para pekerja *freelance* atau *star up* saja, melainkan sudah berkembang menjadi ruang bersama para komunitas, serta ruang yang tenang dan nyaman bagi para pelajar yang sedang butuh konsentrasi dalam mengerjakan tugas. Oleh karena itu, pemilik *coworking* kemudian menawarkan berbagai fasilitas yang dapat mendukung kegiatan para pengguna *coworking*. Untuk melihat bagaimana pola konsumsi masyarakat urban dalam bekerja saat ini, juga bagaimana ruang dalam *coworking* dimaknai oleh para penggunanya, maka analisis juga dilakukan pada pengguna *coworking*.

Sebagai pekerja, memilih tempat untuk bekerja tentunya disesuaikan dengan kebutuhan. Secara kesejarahan awal mulanya pekerja muncul di era revolusi industri, ketika mesin-mesin diproduksi dan membutuhkan tenaga manusia untuk mengoperasikannya. Ketika itu, orang berbondong-bondong melamar pekerjaan agar dapat bekerja dan memiliki ruang bekerja di suatu perusahaan. Kemudian sejalan dengan perkembangan teknologi yang sangat pesat, ketika data sudah dapat disimpan dengan infrastruktur yang lebih sederhana, ringkas dan mudah diakses, juga ketika ruang menjadi semakin mahal untuk dimiliki, maka kebutuhan masyarakat akan ruang bekerja tetap dan formal menjadi berkurang. Masyarakat dapat bekerja di manapun mereka inginkan, tidak harus dengan ruang khusus dan besar.

Namun kemudian, sejalan dengan perkembangan waktu, mereka tetap membutuhkan tempat kerja yang bisa mengakomodasi kebutuhan mereka sekaligus juga memfasilitasi untuk bertemu dengan klien. Tempat kerja yang bersifat *flexible*, bebas, mandiri, tanpa adanya struktur organisasi yang mengikat, dan dapat mengakomodir kolaborasi. Tempat bekerja seperti itu kemudian direalisasikan dengan adanya ruang bekerja alternatif yang bersifat informal, yaitu *coworking space*.

Tren bekerja seperti tersebut di atas umumnya menjadi pilihan bagi para pekerja milenial yang cenderung mudah bosan dan bekerja dengan mobilitas tinggi. Akan tetapi, tidak semua jenis pekerjaan bisa diperlakukan seperti hal tersebut di atas. Hanya jenis pekerjaan tertentu yang umumnya bersifat jasa dan tidak memerlukan ruang khusus---kantor konvensional---untuk bekerja. Pekerjaan yang sifatnya memproduksi barang, atau yang bersifat institusional juga masih harus membutuhkan ruang kantor untuk bekerja. Tidak hanya itu, usia pekerja juga mempengaruhi penggunaan *coworking* sebagai ruang bekerjanya. Generasi milenial adalah

Beberapa alasan para pekerja penyedia jasa menggunakan ruang *coworking* antara lain: yaitu 1) suasana bekerja yang nyaman sehingga mendukung *mood* untuk bekerja; 2) tidak perlu membayar sewa atau membeli ruang untuk bekerja, yang tentunya cukup mahal; 3) lebih *mobile*, sehingga dapat berpindah-pindah tempat bekerja untuk mendekatkan lokasi dengan tempat proyek yang sedang dikerjakan; 4) fasilitas yang mumpuni, termasuk ruang rapat dan *pantry*, bahkan terkadang ada yang menyediakan *gym*; 5) serta dapat menjalin *networking* dengan para pengguna *coworking* lainnya.

Para komunitas menggunakan fasilitas *coworking* umumnya tidak hanya untuk sekadar berkumpul, melainkan untuk mengadakan kegiatan yang sifatnya untuk meningkatkan kualitas komunitas tersebut, baik yang non-profit maupun dengan profit. Kegiatan tersebut antara lain melakukan pelatihan-pelatihan, baik yang diselenggarakan oleh komunitas untuk masyarakat

umum maupun pelatihan yang diselenggarakan untuk komunitas itu sendiri. Ada juga kegiatan lain seperti *knowledge sharing*, bedah buku, acara amal, dan lain sebagainya. Mereka menggunakan ruang *coworking* dengan alasan harga sewa ruang yang lebih murah, juga untuk dapat menjalin *networking* dengan luas dan lebih mudah.

Dalam konteks urban, aktivitas komunitas sosial sangat terkait dengan gaya hidup di kalangan masyarakatnya. Keikutsertaan masyarakat urban dalam suatu komunitas tertentu juga tidak terlepas dari nilai simbolik yang akan membentuk seseorang menjadi identitas tertentu. Dengan menjadi anggota dalam suatu komunitas tertentu, maka seseorang akan dilihat oleh orang lain dengan identitas yang diproduksinya. Hal ini tentunya terkait dengan gaya hidup seseorang, bahwa selera dan cita rasa yang menjadi pilihannya mencerminkan sebuah identitas tertentu.

Perkembangan masyarakat urban saat ini menuntut suatu bentuk eksistensi diri (baca: pencitraan atas identitas diri) terhadap masyarakat lain yang terjadi di berbagai aspek kehidupan, sehingga segala sesuatu diukur dan dilihat dari segi materi, maka dari itu gaya hidup dapat menjadi sebuah tren dan identitas seseorang agar diakui keberadaannya (eksistensi), misalnya dengan menepati atau mendatangi restoran, *café*, club, tempat karaoke, diskotik, *mall*, galeri, atau bahkan taman kota dan lain sebagainya. Gaya hidup juga tergantung pada bentuk-bentuk kultural dalam suatu wilayah, hal ini berkaitan dengan gaya, pola hidup, tata krama, cara menggunakan barang-barang, cara makan, cara bekerja, serta cara menggunakan tempat dan waktu tertentu yang merupakan karakteristik dari suatu komunitas atau kelompok tertentu (Chaney, 2009).

Menjadi bagian dari suatu komunitas tertentu juga merupakan sebuah gaya hidup yang sedang berlaku di era ketika seseorang diterima secara sosial, dan jika dia juga memiliki modal simbolik yang siap untuk dipertukarkan. Terkadang juga merupakan sebuah peraga dalam panggung gaya hidup perkotaan (baca: urban). Hal ini disebabkan karena dilatarbelakangi oleh eksistensi diri seseorang atas orang lain. Pada penggunaan *coworking* sebagai tempat kerja, masyarakat bukan hanya menggunakannya untuk aktivitas bekerja, melainkan untuk mengekspresikan dirinya dalam suatu identitas diri. *Coworking* juga dapat dikatakan sebagai simbol status seseorang dalam bekerja. Sehingga, bekerja di *coworking space* dapat dikatakan sebagai gaya hidup---cara mengonsumsi pekerjaan---masyarakat urban.

Layaknya para pekerja, para pelajar juga menggunakan ruang *coworking* untuk mengerjakan pekerjaan rumahnya, yaitu tugas sekolah atau tugas kuliah. Alasan mereka lebih memilih *coworking* daripada rumah yakni karena atmosfer dan fasilitas yang ditawarkan. Bedanya dengan pekerja yaitu, para pekerja menggunakan *coworking* untuk mengurangi biaya produksi, sedangkan pelajar lebih memilih mengeluarkan uang untuk mendapatkan kenyamanan dan

konsentrasi untuk mengerjakan tugas-tugasnya. Untuk itu, dapat dikatakan juga bahwa para pelajar ini cenderung menggunakan *coworking* untuk mendapatkan identitas tertentu. *Coworking* menjadi punya nilai simbolik tertentu dalam hal ini, terkait dengan gaya hidup masyarakat urban.

Teknologi, Ruang, dan *Ambiance*

Untuk melihat perubahan pola kerja masyarakat kini khususnya di wilayah urban, kita tidak dapat lepas dari faktor teknologi. Perkembangan teknologi yang sangat pesat membuat segala hal menjadi mudah. Segala kebutuhan manusia yang kompleks dan rumit menjadi serba mudah dan *instant*, akibat infrastruktur konektivitas data yang semakin canggih. Perkembangan teknologi juga telah melepaskan batasan atau sekat ruang dan waktu. Interaksi dan komunikasi dapat dicapai tanpa ada sekat ruang dan waktu. Perkembangan ini menyebabkan adanya *shifting habit* atau lompatan perubahan pola perilaku atau gaya hidup masyarakat dalam segala hal, termasuk dalam bekerja dan memproduksi identitas diri.



Gambar 1. Pola bekerja masyarakat urban yang berubah menjadi lebih dinamis.

Sumber: <https://team-mates.com>

Dengan mudahnya mengakses ruang, maka mobilitas masyarakat pun menjadi tinggi, karena bisa dengan begitu mudah dan bebasnya mencapai ruang-ruang yang sulit terjangkau sekalipun. Hal ini menjadi faktor munculnya ruang-ruang alternatif untuk memenuhi kebutuhan, termasuk ruang untuk bekerja. Masyarakat menjadi begitu bebasnya memiliki ruang-ruangnya sendiri untuk bekerja. Bekerja dapat dilakukan secara mandiri, *independent*, tanpa harus menggunakan ruang nyata dengan ukuran tertentu seperti halnya kantor di perusahaan pada umumnya. Kini masyarakat dapat menggunakan ruang maya, ruang virtual, untuk bekerja, yang dapat diakses dari manapun: rumah, jalan, mal, taman, café, dan lain sebagainya.

Hal tersebut memunculkan berbagai jenis pekerjaan yang bersifat mandiri seperti: pekerja *freelance*, *work-at-home professionals*, *independent contractors*, *independent consultants/designers*, *independent scientists*, *entrepreneurs*, dan para *start up* yang baru saja memulai usahanya. Tidak hanya teknologi yang memunculkan jenis pekerjaan mandiri tersebut, melainkan juga ada kejenuhan dari para pekerja yang terikat oleh batasan aturan kantor dengan waktu bekerja yang *fixed*, selalu terkekang dan dikontrol oleh pekerjaan atau atasannya.



Gambar 2. Bekerja di *Café*.
Sumber: <https://www.freepik.com>

Dalam perkembangannya, bekerja tetap membutuhkan ruang dengan suasana ruang (*ambiance*) yang nyaman dan dapat meningkatkan *mood* dalam bekerja. Oleh karenanya, kemudian *café* menjadi pilihan para pekerja mandiri tersebut untuk bekerja. Selain kafein yang dapat meningkatkan *mood* bekerja, ternyata suasana *café* pun juga menjadi faktornya. Pola bekerja di *café* pun menjadi gaya hidup masyarakat, yang pada akhirnya mengindikasikan suatu selera tertentu. Hal ini dapat dibuktikan dengan menjamurnya *café-café* dan banyaknya orang bekerja di *café*.



Gambar 3. Pola bekerja di *Café* yang menjadi gaya hidup masyarakat urban.

Sumber: <https://www.freepik.com>

Pola bekerja di café kemudian menjadi pilihan dan populer di masyarakat dengan alasan café memiliki suasana yang santai, relax, namun juga memiliki keberisikan (*noise*) sebagai *background*. Semua hal itu menstimulasi *mood*, kreativitas, perubahan suasana yang berganti tiap harinya, dan adanya sosialisasi-interaksi antar pengunjung, walaupun tidak saling kenal.

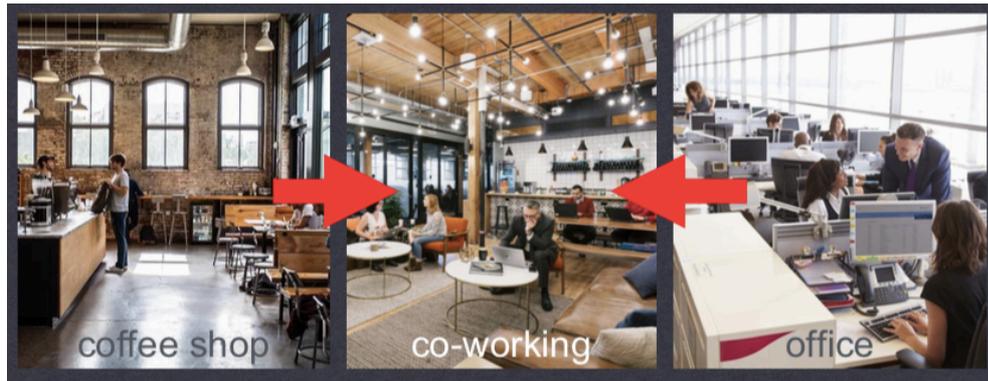
Sejalan dengan perkembangannya, kemudian muncul lagi ruang alternative baru untuk bekerja yang dapat memfasilitasi pekerja dengan hal serupa dengan café, namun memiliki *cost* yang lebih murah. Adalah *coworking space*, ruang alternatif untuk bekerja para pekerja mandiri, memiliki suasana ruang nyaman dan memiliki *cost* lebih murah daripada café. Tidak hanya biaya yang dikeluarkan lebih murah, *coworking space* juga memiliki fasilitas yang lebih mumpuni daripada café, dapat dilihat dari table berikut:

Tabel 1. Analisis Perbandingan antara bekerja di café dengan di *coworking*

	CO-WORKING	COFFEE SHOPS
Cost	\$	\$\$\$
Time	Flexible	Limited/Unplanned
Security	Good	Poor
Networking	+++	+
Noises	Fair	Sometimes Loud
Electrical Power	+++	+
Internet	Reliable	Unreliable
Office Amenities	+++	-

Sumber: a.twoSTUDIO

Dengan demikian, *coworking space* dapat digambarkan sebagai suatu ruang yang dapat menggabungkan fasilitas kantor konvensional dengan café.



Gambar 4. Coworking sebagai ruang yang dapat mewadahi kantor dengan suasana di café.
Sumber: a.twoSTUDIO

Identitas, Konsumsi dan Representasi Ruang *Coworking Space*

Dalam masyarakat urban, segala sesuatu yang sifatnya keterbaruan kemudian berubah menjadi hal yang digemari atau populer. Termasuk gaya hidup untuk bekerja secara mandiri, bekerja di café, dan bekerja di *coworking space*. Pola bekerja seperti itu seakan menjadi suatu identitas yang baru dan modern. Bahkan identik dengan gaya bekerja anak muda. Hal tersebut dikarenakan pekerja muda--khususnya generasi milenial--memang lebih mahir menggunakan teknologi, mereka juga cenderung cepat bosan, harus memiliki *good mood* untuk bekerja dan tentunya bebas. Dengan menggunakan café maupun *coworking space* sebagai ruang bekerja, pekerja muda ini menjadi lebih leluasa untuk berkreasi, tidak seperti di kantor konvensional yang terikat dengan atasannya, karena kantor konvensional umumnya memiliki struktur organisasi hirarkis.

Pemikiran pekerja yang menggunakan ruang alternatif ini kemudian dianggap sebagai pemikiran yang maju, modern dan *mobile*. Sehingga, menjadikan para pekerja tersebut memiliki identitas baru secara simbolik. Oleh karenanya, pekerjaan atau bekerja menjadi berubah makna, tidak hanya sebagai kegiatan yang dapat menghasilkan uang, melainkan juga kegiatan untuk memproduksi identitas tertentu. Termasuk juga dengan pernyataan: "sudah tidak lagi bekerja di perusahaan orang lain, melainkan bekerja di perusahaan sendiri". Kegiatan memproduksi identitas ini ketika dilakukan secara terus menerus maka akan menjadi pola hidup atau gaya hidup.

Gaya hidup saat ini memang tak bisa dilepaskan dari konsep identitas sosial. Berdasarkan hal tersebut di atas, penggolongan model atau pola kerja masyarakat urban, yang awalnya adalah pekerja yang memiliki hirarki organisasi dalam perusahaan, kini bekerja bukan lagi suatu kegiatan yang memiliki tuntutan untuk mendapatkan uang, melainkan kegiatan yang memiliki *value*. *Value* atau nilai di sini yaitu identitas tertentu agar diakui atau dilihat oleh orang lain. Untuk

mendapatkan identitas dan nilai tertentu dalam kelompok masyarakat, maka pilihan pekerjaan dan tempat bekerja menjadi penting. Hal itulah yang juga menyebabkan pekerjaan menjadi pilihan gaya hidup dalam masyarakat urban.

Gaya hidup dapat dikatakan sebagai suatu pola atau kegiatan sehari-hari yang menggunakan pilihan-pilihan (*choice*), yang memiliki sikap dan cita rasa. Hal tersebut dapat diidentifikasi sebagai sesuatu yang penting dan bermakna, serta memiliki nilai tertentu. Dalam hal ini, gaya hidup yang terfokus pada kehidupan merupakan bagian dari aktifitas waktu luang atau konsumsi. Seseorang dalam sebuah kelompok masyarakat akan dinilai dengan cita rasa tinggi ketika mampu memanfaatkan waktu luang dengan nyaman. Nyaman di sini dapat diidentifikasi sebagai suatu ruang konsumsi yang bermakna material.

Orang akan dianggap 'keren' ketika mampu memanfaatkan waktu luangnya dengan menghabiskan uang jutaan rupiah untuk liburan keluar kota ataupun keluar negeri. Ketika gaya hidup diekspresikan dengan cita rasa dan nilai material pada akhirnya akan berhubungan dengan karakteristik sosio-struktural lainnya (Chaney, 2009). Termasuk juga ketika orang akan dianggap 'keren' dan 'modern' ketika bekerja secara mandiri dan mengeluarkan uang untuk bekerja dengan fasilitas dan suasana ruang yang nyaman, seperti layaknya bekerja di café atau *coworking space*. Bahkan kini tidak hanya bekerja saja yang membutuhkan ruang dengan *ambiance* tertentu, belajar pun juga kini membutuhkan ruang yang juga nyaman. Cara belajar seperti ini juga membentuk identitas baru, layaknya pekerja, bagi para pelajar yang menggunakan ruang alternatif seperti café dan *coworking space*. Untuk belajar dengan nyaman, mereka harus mengeluarkan uang. Kebutuhan akan suasana ruang yang nyaman kemudian berkembang lagi dengan kebutuhan akan ruang yang unik, tidak biasa dan tentunya *instagramable*³. Oleh karena itu, kemudian model desain sebagai tema *coworking space* menjadi sangat beragam dan unik-unik, seperti *hi-tech*, futuristik, *vintage*, hingga *go green*. Model desain *coworking space* yang beragam dan unik ini menandakan bahwa konsep *ambiance* ruang tertentu—yang menarik dan unik—menjadi alat untuk dijual oleh pemilik *coworking space*, dan dianggap 'dibutuhkan' oleh konsumennya untuk mendapatkan status identitas tertentu.

Sebut saja **Greenhouse**, merupakan *coworking space* yang memiliki konsep ruang *penthouse*. Berlokasi di Multivision Tower lantai 25 dengan pemandangan gedung pencakar langit Jakarta. Menggunakan nama yang mengusung kata 'green', maka *coworking space* ini juga memiliki konsep *ambiance* ruang yang natural dan ramah lingkungan. Terlihat pada material yang digunakan, beberapa dindingnya menggunakan bata *expose* dengan menggunakan cahaya alami.

³ Ruang yang dapat dijadikan tempat untuk berfoto yang kemudian akan di-upload di media sosial.

Tidak hanya itu, banyaknya tanaman yang menghiasi ruangan juga merupakan bagian dari konsep 'green' yang diusung. Lain lagi dengan **Kedasi**, *coworking space* yang berada di wilayah Barat Jakarta ini mencoba menawarkan konsep yang juga sederhana, namun berkonsep "feels like home", karena memang target konsumennya adalah mahasiswa dan pelajar yang ingin fokus dalam mengerjakan tugas-tugasnya, juga para *startups* muda yang ingin bekerja dengan suasana santai seperti di rumah. Selain itu, konsep tersebut juga dipilih agar menjadi 'berbeda' di antara *coworking space* lain yang memiliki tema-tema menarik, unik, dan *eye-catching*. Berbeda dengan **Ke:Kini**, yang berlokasi di daerah Cikini, yakni kawasan Menteng yang kuat dengan peninggalan bangunan kolonialnya, mengusung tema *vintage* agar sesuai dengan bangunannya yang bergaya Art Deco. Namun, tema-tema tersebut juga dilatarbelakangi oleh tren desain terkini.



Gambar 5. Kiri: **Ke:Kini** *coworking space*; Kanan: **Kedasi** *coworking space*
Sumber: peneliti

Seperti yang telah disebutkan di atas, kebutuhan masyarakat akan atmosfer ruang yang *eye catchy* dan *instagramable* juga menjadi faktor untuk menentukan model desain *coworking space*. Seperti model desain yang ada pada **Tierspace**. *Coworking space* yang didesain oleh **a.twoSTUDIO** ini menggunakan model desain dengan konsep 'jalanan'. Model desain ini dipilih karena atmosfernya dekat dengan anak muda, sebagai konsumen atau pengguna *coworking space*, yang senang ber'gaul' dan 'nongkrong' di jalan (ruang terbuka publik). Hal ini terlihat pada pemilihan materialnya yang ekspose dan ada beberapa properti 'jalanan' seperti box telpon umum sengaja diletakkan di interior area *lounge*-nya.



Gambar 6. **Tierspace** *coworking*.
Sumber: a.twoSTUDIO.

Dalam memproduksi ruang *coworking* dengan tema-tema di atas, tidak hanya pemilik ruang yang menentukan fungsi maupun memberikan kontrol atas ruang tersebut, melainkan juga peran desainer dan pengguna ruang (target pasar), termasuk juga menentukan suasana ruang yang diinginkan. Dalam hal ini desainer memiliki peran yang cukup penting, karena memiliki kapasitas ilmu pengetahuan yang lebih, dan dianggap punya selera.

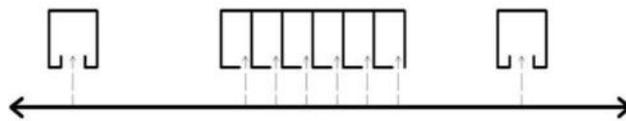
Desainer sebagai perantara kebudayaan memang memiliki modal untuk membentuk ‘selera’ dan ‘*trend setters*’ di kalangan masyarakat. Mereka termasuk orang-orang yang memiliki kapasitas untuk menterjemahkan konsep-konsep pemikiran baru ke dalam gaya hidup, melalui proses kreatif yang berkembang dan selalu mengalami perubahan (dinamis) (Moersid, 2007). Dalam produksi ide kreatifnya, seorang desainer harus berupaya menggunakan seluruh pengetahuannya, ketrampilan dan talentanya untuk menghasilkan keuntungan. Ia harus menginvestasikan seluruh kapital yang dimilikinya agar dapat memperoleh manfaat yang paling besar, baik untuk konsumen maupun untuk dirinya. Oleh karena itu, peran desainer menjadi sangat penting dalam produksi ruang *coworking space*, sekaligus juga dalam membentuk pola kerja masyarakat urban yang menggunakan *coworking space* sebagai ruang bekerja.

Representasi Pola Kerja pada Sirkulasi Ruang Kerja *Coworking*

Berbeda dengan tema, model desain *layout coworking space* pada umumnya hampir memiliki kesamaan. Hal tersebut disebabkan karena model desain *layout* disesuaikan dengan pola aktivitas

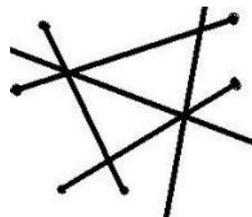
dan visi-misi yang terjadi di *coworking space*, yakni prinsip *community*, *connectivity*, dan *colaborasi*, yang tentunya pemilik ikut andil/berperan untuk mewujudkan tiga prinsip tersebut. Kemudian direpresentasikan ke dalam bentuk model desain interiornya, baik itu *layout* maupun konsep tema desainnya. Bentuk dan konsep desain tentunya akan mempengaruhi pola *layout* dan sirkulasi aktivitas ruangnya. Model desain *layout* dan sirkulasi ruang pada interior *coworking space* pada umumnya, jika dianalisis memiliki pola sirkulasi *linear* (lurus) dan pola sirkulasi *network* berdasarkan aktivitas kegiatan pengguna. Berikut analisis pola sirkulasi yang dijelaskan melalui gambar:

Pola sirkulasi *linear* adalah pola sirkulasi dengan jalan lurus yang menjadi unsur utama pembentuk ruang. Diterapkan pada *working space* untuk menghubungkan deretan area atau ruang yang diatur sesuai dengan fungsi dan kedekatan hubungan area.



Gambar 7. Pola sirkulasi linear.
Sumber: peneliti.

Pola sirkulasi *network* adalah pola sirkulasi yang terdiri dari beberapa jalan yang menghubungkan titik area tertentu. Pola sirkulasi ini diterapkan pada *open office* untuk memudahkan aktivitas.



Gambar 8. Pola sirkulasi network.
Sumber: peneliti.

Kedua pola sirkulasi di atas digunakan oleh *coworking space* secara bersamaan, karena keduanya dapat saling menghubungkan para *coworker* satu sama lain (konsep kolaborasi pada *coworking*). Selain itu, adanya keterbatasan ruang juga merupakan salah satu faktor bagaimana kedua pola di atas digunakan secara bersamaan. Ruang yang dimiliki *coworking space* tentunya lebih kecil luasannya daripada kantor pada umumnya. Bahkan jika berbicara mengenai *space*, maka luasan tersebut akan terbagi-bagi lagi sesuai dengan jumlah orang secara individu atau kelompok yang ada di *coworking space*. Area privasi orang akan menjadi lebih sempit. Oleh karena itu, ada beberapa *coworking space* yang menghadirkan *privat office*, untuk mereka yang masih

membutuhkan privasi ruang. Walaupun begitu, koneksi dan kolaborasi tetap akan terjadi karena di *coworking space*, pengelola akan tetap berperan dalam memfasilitasi antar-*coworker* agar tetap terjalin *networking* dan kolaborasi.

Bukan hanya area kerja, namun juga ruang rapat yang terdapat dalam *coworking space* akan menjadi milik bersama, sehingga diperlukan sistem penjadwalan dalam penggunaannya. Dalam penyediaan ruang (program ruang), tidak semua *coworking space* memiliki *privat office*. Hal ini dikarenakan oleh faktor kebutuhan (konsep *coworking*) tiap *coworking space* maupun oleh faktor keterbatasan ruang yang dimiliki. Begitu juga dalam penyediaan fasilitas kamar mandi ber-*shower* dan area *lounge*. Fasilitas ruang atau area tersebut hanyalah bersifat pendukung, bukan bersifat inti dari konsep *coworking*—yang memiliki prinsip *community, connectivity, kolaborasi*. Sedangkan yang menjadi ruang inti dalam *coworking* yakni ruang kerja bersama. Khusus untuk *coworking* yang memiliki *café* yang menjual produknya secara komersil, umumnya merupakan ruang yang tidak ada hubungannya (terpisah) dengan *coworking space*. Jadi sifatnya adalah hubungan kerjasama (*business join*) antara pemilik *coworking space* dengan pemilik *café*, yang saling memanfaatkan strategi tempat usaha.

Aktivitas dan Relasi Pembentuk Ruang Pada Coworking

Kegiatan atau aktivitas yang terjadi dalam *coworking space* berbeda dengan lingkungan kantor konvensional. *Coworking* merupakan sebuah gaya bekerja masyarakat, baik secara individu maupun berkelompok, yang membutuhkan lingkungan kerja bersama dan kegiatan mandiri tanpa terikat pada satu institusi (perusahaan) tertentu. Hal tersebut menyebabkan lingkungan kerja di *coworking* berbeda dengan lingkungan kerja di kantor konvensional pada umumnya.

Para *coworker* (para pekerja yang menggunakan *coworking*) biasanya tidak bekerja di dalam satu perusahaan atau organisasi yang sama. Gaya bekerja seperti ini sering digunakan oleh para *freelancer*, kontraktor independen atau orang yang sering bepergian dan bekerja di tempat yang berbeda-beda (*mobile*). *Coworking space* juga menjadi tempat bertemu orang-orang yang bekerja secara independen dan saling berbagi pengalaman, ilmu, dan informasi. Orang-orang tersebut biasanya akan menjadi akrab dan saling menghargai serta mampu menciptakan hal-hal yang baru dari apa yang telah mereka bicarakan.

Konsep desain *coworking space* memang sedikit berbeda dengan kantor pada umumnya. *Coworking* tidak diisi oleh satu perusahaan saja, melainkan diisi oleh para pekerja individual atau kelompok kecil yang membutuhkan tempat sementara untuk bekerja tanpa harus mengeluarkan biaya sewa kantor. Mereka (*coworker*) bekerja secara aktif (sepenuhnya) menggunakan teknologi

digital (gawai) sebagai alat kerjanya, tentu saja lebih memilih menggunakan sistem kerja yang lebih fleksibel seperti *coworking space*. Umumnya gaya kerja yang hanya mengandalkan teknologi digital (gawai) tidak membutuhkan ruang khusus untuk menyimpan berkas/dokumen/data secara fisik, cukup hanya disimpan dalam bentuk digital.

Tidak hanya tentang kebutuhan akan ruang penyimpanan, yang membedakan sistem kerja antara *coworking space* dengan kantor konvensional, adalah struktur organisasi yang ada dalam perusahaan besar—yang menggunakan kantor konvensional—yang tentunya menyebabkan adanya relasi sosial (pimpinan dan staf) dalam perusahaan tersebut, yang juga menyebabkan terbentuknya ruang-ruang yang terpisah maupun bersekat untuk membedakan relasi kuasa pada perusahaan tersebut. Walaupun dewasa ini pola kerja sudah sangat modern (menggunakan media digital), *simple* dan *mobile*, namun masih banyak juga perusahaan besar yang masih membutuhkan sistem relasi tersebut, termasuk membutuhkan ruang penyimpanan dokumen secara fisik. Karena bagaimanapun juga, sistem digital bisa saja mengalami kerusakan, sehingga sebagian orang masih menganggap bahwa bukti fisik masih lebih terjamin keamanannya.

Akan tetapi bagi *coworker*, yang tidak memiliki modal besar dan lebih memilih untuk menjadi pekerja yang independen⁴ (*freelancer, startups, dsb*), tentunya akan sangat ekonomis dan efektif jika bekerja di *coworking space* daripada memiliki atau menyewa kantor yang tentunya sangatlah mahal. *Coworking space* memiliki keuntungan secara materi, yaitu para pengunjung dapat menghemat pengeluaran untuk menyewa kantor yang pada umumnya disewakan dengan harga cukup tinggi. Ada beberapa keuntungan non-materi, seperti: 1) Lingkungan kerja yang lebih kondusif; 2) Pengunjung dapat berbagi wawasan dengan pengunjung lain; 3) Pengunjung dapat membangun komunitas dan membuka bisnis lain; 4) Masuk ke dalam radar media; 5) Mendapatkan semua kebutuhan yang diperlukan dalam menyelesaikan pekerjaan di satu tempat.

Tidak hanya itu, sifat dan karakter ruang pun juga berbeda. Ruang pada kantor (fisik) memiliki sifat semi privat, karena hanya karyawan perusahaanlah yang berhak menggunakan ruang-ruang di kantornya. Tamu sebagai orang di luar karyawan perusahaan, hanya dapat hadir di ruang tamu atau *lobby* yang sifat ruangnya lebih mengarah ke semi publik. *Lobby* atau ruang tamu dikatakan semi publik karena harus dengan ijin (kuasa) seseorang (karyawan) terlebih dahulu, maka tamu dapat diperbolehkan masuk ke area tersebut. Kuasa dalam ruang pun berbeda-beda dalam kantor konvensional. Tiap ruang dikuasai oleh pemilik ruangan, dan secara keseluruhan ruang

⁴ Menjadi pekerja independen adalah salah satu alasan dan cara bagaimana masyarakat urban mengatasi kesulitan dalam hal mencari pekerjaan.

kantor (gedung) dikuasai oleh pemilik perusahaan. Berbeda dengan sifat ruang yang dimiliki oleh *coworking* yang sifatnya lebih dinamis dan tergolong dalam sifat ruang publik. Hal ini dikarenakan, pengunjung *coworking* tidak terikat dengan status karyawan. Siapapun dapat menggunakan atau meninggalkan *coworking* kapan pun, yang terpenting yaitu waktunya sesuai dengan jam operasional *coworking*-nya. Dengan karakternya yang cair, dinamis dan tidak terikat, maka *coworking* dapat dikunjungi oleh siapa pun dengan waktu yang juga sangat dinamis. Dalam hal ini, kuasa ruang pun juga semakin cair, kuasa hanya berdasar pada pemilik meja dengan waktu yang juga tidak tetap (berubah). Kuasa utama bukan pada pemilik perusahaan---yang umumnya lebih dari dua perusahaan dalam *coworking*---, namun pada pemilik *coworking* yang memiliki aturan penggunaan ruang. Sehingga dapat dikatakan juga bahwa relasi kuasa pada ruang di *coworking* sifatnya lebih liat dan cair daripada relasi kuasa ruang pada kantor konvensional yang lebih statis, kaku dan terstruktur.

Representasi Perubahan Pola Kerja dan Gaya Hidup Masyarakat Urban pada Model Desain *Coworking*

Pengertian kantor secara etimologi diambil dari dua bahasa berbeda, yaitu dari bahasa Belanda "*kantoor*" yang memiliki arti suatu ruang tempat bekerja atau tempat pimpinan suatu instansi. Sedangkan, arti yang kedua berasal dari bahasa Inggris yakni "*office*" berarti ruang tempat seseorang atau lebih melakukan pekerjaan atau tempat pemberian pelayanan pada orang lain. Sehingga secara umum, pengertian kantor dapat diartikan sebagai tempat atau ruang yang digunakan untuk aktivitas bekerja (Klein, 1982). Namun, jika dikaitkan dengan meningkatnya *entrepreneurship* di masyarakat urban, maka kini para pekerja mulai mencari ruang kerja alternatif selain kantor secara formal yang bisa mengakomodasi kebutuhan mereka yang cenderung *mobile* sekaligus juga memfasilitasi untuk bertemu dengan klien.

Masyarakat di kota besar (urban) yang berasal dari berbagai daerah menyebabkan kota memiliki masyarakat heterogen yang tentunya memiliki latar belakang dan pengalaman yang berbeda-beda. Keberbedaan ini tentunya akan baik sekali karena dapat memperkaya ilmu dan pengalaman masyarakatnya satu sama lain. Konsep *coworking* yang menekankan pada kolaborasi, *networking*, dan *community*, tentunya dapat mewartakan dan memfasilitasi masyarakat heterogen tersebut. Ditambah lagi dengan semakin *mobile*-nya pola kerja masyarakat urban dalam bekerja, yang juga ditunjang oleh sistem kerja serba digital di era modern ini—-pesatnya perkembangan dunia digital yang diimbangi oleh pertumbuhan infrastruktur dan konektivitas data yang semakin baik—-, maka tuntutan bekerja secara cepat, praktis, ekonomis dan efisien, telah membentuk ruang-ruang

alternatif seperti *coworking space*. Kata kunci yang juga dapat menjadi acuan dalam membuat *coworking space*, yaitu *flexible*, *network* lebih banyak, murah, cepat, *simple*, dan *opportunity*, karena memang itulah yang dibutuhkan para *coworker* untuk memenuhi kebutuhannya dalam bekerja. Kebutuhan tersebut belum tentu ada atau terpenuhi dalam kantor konvensional.

Diawali dengan kebutuhan masyarakat urban akan tempat bekerja secara mandiri atau *non-corporate* tersebut di atas, maka *coworking* menjadi tumbuh dan berkembang. Kini, sejalan dengan perkembangan zaman yang sangat pesat, maka kebutuhan tidaklah hanya pada fungsi saja, namun juga kebutuhan akan gaya hidup. Terlihat dari banyaknya *coworking space* yang muncul dengan model desain dan fasilitas yang beraneka ragam. Seperti yang dikatakan oleh Bourdieu (1984) yang menyatakan bahwa selera ternyata digunakan oleh masyarakat modern sebagai orientasi sosial, sehingga dapat menentukan di mana keberadaan status sosialnya. Hal ini mempengaruhi pemilihan gaya hidup yang digunakan, termasuk pilihan tempat kerja yang dipilih, yang sengaja 'dikejar' untuk menyatakan keberadaan status sosialnya. Bekerja bukan lagi hanya masalah tentang mata pencaharian untuk menunjang hidup seseorang, namun juga pilihan pekerjaan dan tempat bekerja menjadi penting untuk menunjukkan identitas keberadaan status sosial seseorang. Fenomena ini digunakan dan dimanfaatkan oleh para pengusaha *coworking* untuk mendapatkan konsumennya, yang tentunya akan mempengaruhi *style* dan model desain *coworking space*. Hal tersebut dapat dilihat pada konsumen yang menggunakan *coworking space*, tidak hanya digunakan oleh *startups*, *freelancer*, atau para pekerja independen lainnya, namun juga digunakan oleh para pelajar baik siswa sekolah menengah maupun mahasiswa. Sehingga, atmosfer yang dibentuk pun menyesuaikan dengan kebutuhan konsumennya (*target market*) dan wilayah tempat *coworking space* berada.

Simpulan

Setelah dilakukan penelitian, didapatkan bahwa kini gaya bekerja masyarakat urban, khususnya di Jakarta mengalami perubahan baik secara aktivitasnya, maupun maknanya. Gaya bekerja juga merupakan gaya hidup yang memiliki makna dan identitas tertentu. Tidak hanya jenis pekerjaan saja yang memiliki identitas dan kapital sosial tertentu, melainkan juga cara bekerja juga dapat mencitrakan suatu identitas tertentu.

Hal tersebut dapat dilihat dari ruang bekerja yang digunakan, termasuk *coworking space* sebagai ruang alternatif masyarakat urban dalam bekerja. Dengan munculnya berbagai macam model dan konsep dalam *coworking space*, maka kita juga dapat melihat bahwa kini kebutuhan akan ruang bekerja tidak hanya sekadar ruang untuk melakukan kegiatan yang dapat menghasilkan uang,

melainkan juga ruang untuk mengekspresikan identitas diri. Dalam hal ini makna ruang menjadi bergeser, ruang dapat memproduksi identitas diri seseorang dengan tampilan desain sebagai 'selera'. Desainer dalam hal ini berperan dalam menentukan 'selera' tersebut. Desainer tidak hanya mendesain dengan mengikuti pasar, namun juga membentuk 'selera' pasar. Apa yang pada awalnya tidak dibutuhkan oleh pasar, pada akhirnya menjadi dibutuhkan oleh pasar.

Daftar Pustaka

Appadurai, Arjun. *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1996.

Caywood, Douglas B. *The Designers Workspace's*. Abingdon Oxford-UK: Routledge, 2007.

Carr, Stephen. *Public Space: The Town Planning Review Vol. 65, No. 1*. London: Liverpool University Press, 1994.

Chaney, David. *Life Styles: Sebuah Pengantar Komprehensif*. Yogyakarta: Jalasutra, 2009.

Foertsch, Carsten. "The Coworker's Profile". 2011. <http://www.deskmag.com/en/the-coworkers-global-coworking-survey-168>.

Kusumawijaya, Marco. *Jakarta: Metropolis Tunggang-langgang*. Jakarta Pusat: penerbit Gagas Media, 2004.

Lefebvre, Henri. *The Production Of Space*. Oxford UK & Cambridge USA: Black Well, 1991.