

PERANCANGAN CO-WORKING DI YOGYAKARTA DENGAN PENDEKATAN GAYA HIDUP GENERASI Z

Fajar Wisnu Triwibowo

Program Studi Arsitektur Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Teknologi Yogyakarta
fajarwibowo@gmail.com

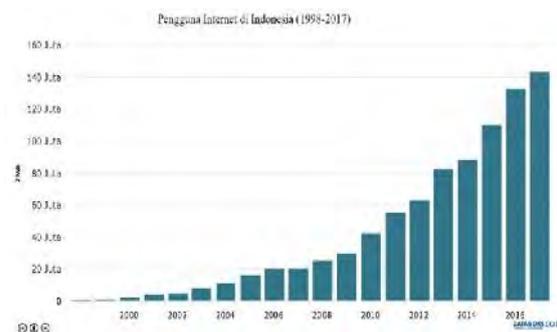
ABSTRAK

Perubahan era revolusi industri 4.0 membuat perekonomian menjadi berbasis data dengan menggunakan jaringan internet. Dalam revolusi industry 4.0 jenis pekerjaan yang akan diminati pada bidang industry kreatif. Generasi Z menjadi kunci dalam perekonomian masa depan yang berbasis data, karena generasi Z sangat paham sejak dini tentang segala kemajuan teknologi, selain itu ketertarikan akan industry kreatif sangatlah besar. Dalam industry kreatif mereka lebih suka membuka usaha sendiri ketimbang bekerja ke perusahaan. Sebagai kunci perekonomian masa depan, generasi Z tidak dibekali dengan ruang kerja yang sesuai dengan mereka hingga membuat mereka hanya seperti di era sebelumnya. Sejatinnya generasi Z adalah manusia sosialis, mereka sangatlah peduli akan sosial. Kebutuhan akan ruang yang membuat mereka dapat berkolaborasi di Yogyakarta sangatlah sedikit. Co-working adalah sebuah solusi ruang kerja untuk generasi Z, dimana mereka bebas menentukan jam kerja, aktivitas dan lain sebagainya. Selain di Co-working mereka dapat berkolaborasi dengan pekerja lainnya. Permasalahannya Co-working di Yogyakarta juga tidaklah sesuai dengan gaya hidup generasi Z dimana Co-working dinilai sebagai konsep ruang kerja yang menggabungkan café dan ruang. Dalam merancang Co-working untuk generasi Z, digunakanlah pendekatan gaya hidup generasi Z untuk mengetahui ruang kerja yang cocok untuk generasi Z di era revolusi industri 4.0. Maka dari itu dirancanglah sebuah Co-working berdasarkan gaya hidup generasi Z.

KEYWORDS: Co-working, Gaya hidup, Generasi Z, Industry kreatif, Revolusi industri 4.0

LATAR BELAKANG

Jaringan internet menjadikan perubahan teknologi berlangsung dengan cepat, internet dijamin sekarang adalah sebuah kebutuhan pokok yang tidak bisa lepas dalam aktivitas sehari-hari, mungkin kebutuhan yang tadinya hanya sandang, pangan dan papan berubah yang menabahkan internet yang terurut pertama, menurut data dari DATABOKS pengguna internet di Indonesia pada 1998 baru mencapai 500 ribu, tapi pada 2017 telah mencapai lebih dari 100 juta. Pesatnya perkembangan teknologi, luasnya jangkauan layanan internet, serta makin murahnya harga gadget (gawai) untuk akses dunia maya membuat pengguna internet tumbuh cukup pesat.



Gambar 1. Grafik Jumlah Pengguna internet di Indonesia (sumber: DATABOX, 2017)

Generasi Z adalah orang-orang yang lahir digenerasi internet, generasi yang sudah menikmati keajaiban teknologi usai kelahiran internet. Internet hadir di Indonesia pada 1990. Baru pada 1994, Indonet hadir sebagai Penyelenggara Jasa Internet komersial perdana di negeri ini. Jika Generasi Z pertama adalah mereka yang lahir pada 1995, artinya orang yang paling tua dari Generasi Z

Indonesia sudah berumur 23 tahun mereka sudah beranjak dewasa, sudah ikut pemilu, mencari atau sudah punya pekerjaan, dan hal-hal lain yang bisa memengaruhi ekonomi, politik, dan kehidupan sosial dunia ini. Pada dekade terakhir, Generasi Z terus diteliti. Dari preferensi politik, ekonomi, hingga gaya hidup. Sebab, di dunia ini, belum pernah ada generasi yang sejak lahir sudah akrab dengan teknologi.



Gambar 2. Generasi Z
(sumber: Tirto.id,2019)

Sejauh ini, Generasi Z dikenal sebagai karakter yang lebih tidak fokus dari milenial, tapi lebih serba-bisa, lebih individual, lebih global, berpikiran lebih terbuka, lebih cepat terjun ke dunia kerja, lebih wirausahawan, dan tentu saja lebih ramah teknologi. Dengan kecanggihan teknologi serta dukungan internet yang di kuasai para generasi Z, perubahan dunia akan lebih cepat berkembang. Banyak hal positif yang didapatkan dari internet, teman, jaringan, pengetahuan. Dari hal positif tersebut, banyak dari generasi Z yang menggunakannya sebagai bekal membuat kreatifitas-kreatifitas tertentu, mereka belajar (bukan bermain seperti yang banyak dituduhkan) bagaimana menyampaikan pesan secara efektif kepada publik. Revolusi industri 4.0 suatu *issue* yang tidak terlepas dari kehidupan generasi Z, sehari-harinya para generasi Z memanfaatkan jaringan internet untuk berkomunikasi satu sama lain, mereka lebih senang berselancar di dunia maya dimana pun mereka berada ketimbang bersosialisasi secara tatap muka. Revolusi industri 4.0 membuat pola kehidupan baru pada generasi milenial dalam hal pekerjaan juga berdampak, generasi Z dalam mengerjakan sebuah tugas rumah, bisnis, mengerjakan sebuah proyek dan hal-hal lainnya mereka lebih menggunakan internet untuk saling berkomunikasi, dengan adanya jaringan

internet generasi milenial dalam berbisnis tidak lagi terhubung antar kota saja tetapi mereka dapat terhubung satu dunia untuk berbisnis dengan mudah.

Revolusi industri 4.0 suatu *issue* yang tidak terlepas dari kehidupan generasi Z, sehari-harinya para generasi Z memanfaatkan jaringan internet untuk berkomunikasi satu sama lain, mereka lebih senang berselancar di dunia maya dimana pun mereka berada ketimbang bersosialisasi secara tatap muka. Revolusi industri 4.0 membuat pola kehidupan baru pada generasi milenial dalam hal pekerjaan juga berdampak, generasi Z dalam mengerjakan sebuah tugas rumah, bisnis, mengerjakan sebuah proyek dan hal-hal lainnya mereka lebih menggunakan internet untuk saling berkomunikasi, dengan adanya jaringan internet generasi milenial dalam berbisnis tidak lagi terhubung antar kota saja tetapi mereka dapat terhubung satu dunia untuk berbisnis dengan mudah

Industri kreatif adalah salah satu industri yang sangat diminati generasi Z di Yogyakarta, pola bisnis yang sangat digandrungi para iGeneration yang dimana lebih kepada menjual karya. Industri kreatif ini juga dikenal juga oleh iGeneration (Generasi Z) tidak lain adalah Pop-Culture (Budaya populer).

GAYA HIDUP GENERASI Z

Menurut Akhmad Sudrajat, Generasi Z memiliki karakteristik gaya hidup dan kepribadian yang berbeda apabila dipandang dari dua generasi sebelumnya. Lebih lanjut dijelaskan bahwa gaya hidup yang umum Generasi Z diantaranya adalah:

Fasih teknologi

orang-orang yang termasuk pada Generasi Z adalah mereka yang disebut dengan Generasi Digital, dimana mereka merupakan orang yang mahir dan terbiasa dengan penggunaan teknologi informasi termasuk berbagai fasilitas dan aplikasi komputer atau laptop.

Sosial

orang Generasi Z merupakan orang-orang yang memiliki kecenderungan waktu yang lebih lama untuk berkomunikasi dan berinteraksi dengan banyak orang diberbagai kalangan, tidak hanya teman sebaya namun juga orang lain yang lebih muda atau bahkan lebih tua melalui berbagai situs jejaring sosial seperti: Facebook, Twitter, SMS, BBM, dan lain sebagainya.

Multitasking

orang Generasi Z terbiasa untuk melakukan berbagai aktivitas dalam satu waktu yang bersamaan. Mereka bisa membaca, berbicara, menonton, atau mendengarkan musik dalam waktu

yang bersamaan. Mereka lebih menginginkan segala sesuatu dapat dilakukan dengan cepat, dan sangat menghindari hal-hal yang terlalu lambat atau berbelit-belit.

CO-WORKING GENERAZI Z

Mirip dengan para Milenial, dalam *co-working* produktivitas dan semangat kerja adalah dua hal penting bagi generasi Z, dimana mereka dapat berusaha, berkolaborasi, dan berkeaktifitas tanpa batasan. Generasi Z menginginkan ruang kerja yang dapat memenuhi kebutuhan dari pola hidup mereka.

Ruang bermain

Dengan pola hidup *work-life*, ruang bermain disediakan untuk menghilangkan kondisi kejenuhan saat bekerja atau berkolaborasi dengan orang lain. Ruang bermain juga sebagai wadah keakraban pengguna *co-working* membina hubungan dalam menyelesaikan sebuah proyek mereka.

Vegetasi

Studi Jurnal Epidemiologi dan Kesehatan Masyarakat mengungkapkan bahwa orang yang tinggal dekat dengan ruang hijau mengalami sedikit kecemasan dan depresi daripada mereka yang tinggal jauh dari ruang hijau. Stres karena pekerjaan bisa disembuhkan melalui kekuatan penyembuhan dari alam.



Gambar 3. interior kantor google jepang (sumber: Google.com,2019)

Warna ruang

Dalam dunia kerja, tatanan, penempatan atau posisi meja kerja berpengaruh pada mood karyawan, begitu pula dengan suasana ruangan disekitar. Hal itu terjadi bisa disebabkan karena pengaruh warna cat tembok ataupun furniture yang mengelilingi kita. Warna memiliki berbagai karakteristik energi yang berbeda – beda apabila diaplikasikan pada tubuh. Pembelajaran mengenai pengaruh warna terhadap perilaku, emosi dan fisik manusia ini dikenal dengan sebutan psikologi warna.

Interior

Kenyamanan di kantor sangat penting untuk diwujudkan, karena hal tersebut bisa meningkatkan produktivitas pekerja. Ruang kantor yang tertata dengan rapi bisa diwujudkan dengan mengkonsep sebuah *desain interior kantor*. Sebuah studi mengatakan bahwa menurunnya produktivitas karyawan bukan hanya disebabkan oleh menumpuknya pekerjaan atau ada deadline saja, melainkan karena lingkungan kerja yang tidak mendukung keperluan bekerja.



Gambar 4. interior kantor google (sumber: Google.com,2019)

METODE PERANCANGAN

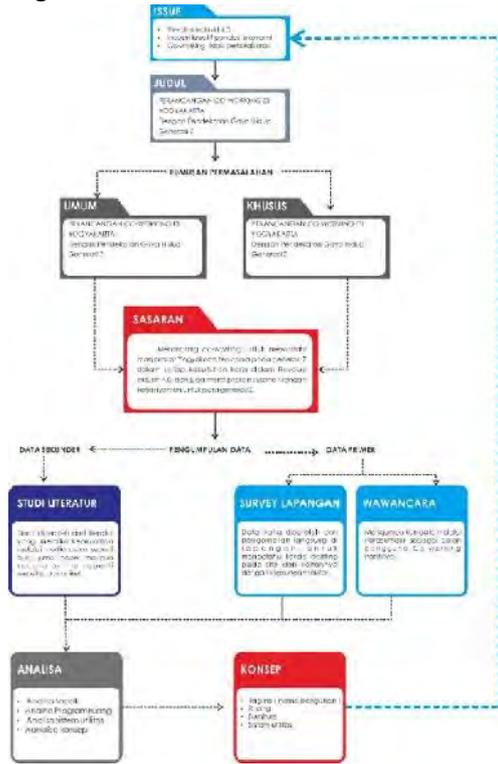
Metode yang digunakan untuk perancangan adalah fleksibilitas, Green roof dan Teknologi bangunan pada *Co-working* generasi Z. Sehingga fungsi bangunan *Co-working* mengakomodasi para generasi Z dalam berkolaborasi yang fleksibilitas dan didukung berbagai teknologi era 4.0 dan juga sehat karena penerapan green roof. Dan terimplementasinya dalam interior, eksterior, furniture, teknologi pada bangunan, dan elemen-elemen pendukung yang ada di alam dapat membantu untuk membangun suasana yang rieks, santai dan fleksibel untuk dimanfaatkan sebagai ruang dalam *Co-working*.

Untuk mendukung konsep perancangan *Co-working* generasi Z, maka diperlukan tema tertentu berupa data, teori, analisa penulis yang dapat membantu untuk memfokuskan menciptakan ruang kerja bagi generasi Z yang ideal dalam industri kreatif. fleksibilitas, Green roof dan Teknologi dapat saling mendukung untuk menciptakan ruang kerja tersebut.

Pengumpulan Data

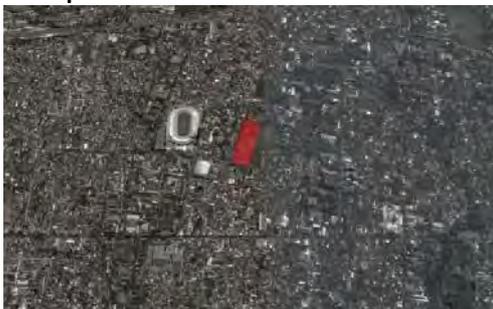
Proses pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh data mengenai hal-hal yang dibutuhkan untuk proses perancangan *Co-working* berupa data analisis. Data-data tersebut terdiri dari data primer dan sekunder. Keduanya diperlukan untuk mendapatkan informasi yang lengkap sesuai dengan konteks kebutuhan tempat kerja bagi generasi Z.

Kerangka berfikir



Gambar 5. Kerangka berfikir

Lokasi Tapak



Gambar 6. Lokasi tapak (sumber: maps.google.com, 2018)

Lokasi: Jl. Kenari, Semaki, Umbulharjo, Kota Yogyakarta

Luas: 760.40m²

Regulasi:

KDB (Kofisien Dasar Bangunan) : 80%

KLB (Kofisien Lantai Bangunan) : 3 lantai

Analisi Regulasi:

KDB (Kofisien Dasar Bangunan)

Luas lahan Co-working adalah 760.40m²

$760.40m^2 \times 80\% = 608.36 m^2$

Jadi luas lahan total yang boleh dibangun adalah 1,8 Ha = 608.36 m²

KLB (Kofisien Lantai Bangunan)

Koefisien Lantai Bangunan dengan tinggi bangunan maksimal 3 lantai.

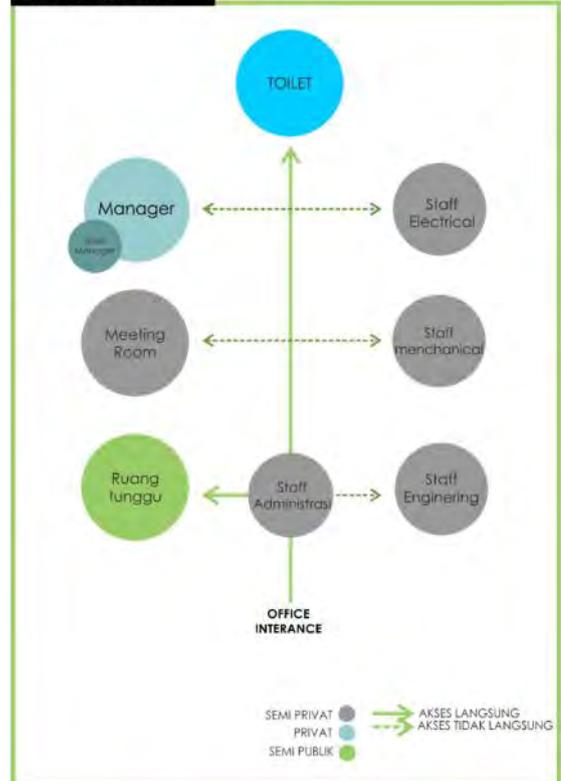
$608.36 m^2 \times 3 = 1825 m^2$

total KLB = 1825 m²

Table 1. Rekapitulasi Besaran Ruang Co-working

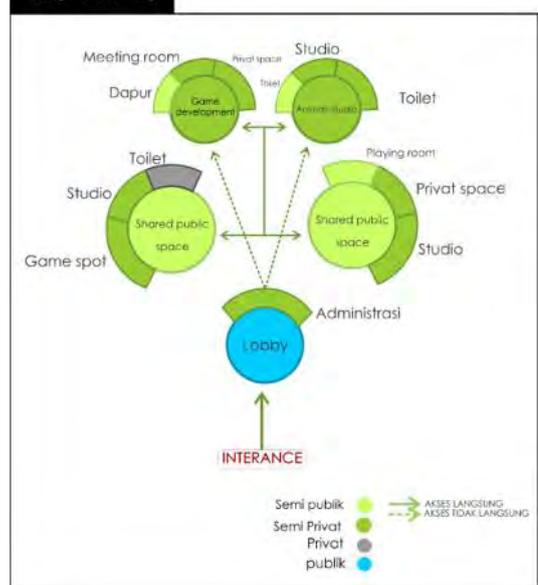
No.	Jenis ruang	Luas total
1	Ruang penitipaan	1396,1 m ²
2	Co working	6770,6 m ²
3	Ruang pengelola	169 m ²
4	Ruang pendukung	42,51 m ²
5	Ruang service	2724,8 m ²
Total		11303,31m ²

RUANG PENGELOLA



Gambar 7. Diagram organisasi ruang pengelola

Ruang Co-working



Gambar 8. Diagram organisasi ruang Co-worker

Konsep Co-working

Tagline, adalah sebuah konsep yang menjadi patokan ke konsep-konsep lain dari bangunan, gaya hidup generasi Z menjadi rujukan dalam mendapatkan tagline. Rujukan tersebut membuat desain bangunan cocok dengan generasi Z. gaya hidup generasi Z yang menjadi rujukan, yaitu:

-) Sosial, dikaitkan dengan hal-hal yang berhubungan dengan manusia dalam masyarakat, dan juga sering diartikan sebagai suatu sifat yang mengarah pada rasa empati terhadap kehidupan manusia sehingga memunculkan sifat tolong menolong, membantu dari yang kuat terhadap yang lemah, mengalah terhadap orang lain, sehingga sering dikatakan sebagai mempunyai jiwa sosial yang tinggi. Generasi Z merupakan orang-orang yang memiliki kecenderungan waktu yang lebih lama untuk berkomunikasi dan berinteraksi dengan banyak orang diberbagai kalangan, tidak hanya teman sebaya namun juga orang lain yang lebih tua.
-) Multitasking, kemampuan seseorang dalam mengerjakan lebih dari satu tugas. Generasi Z sendiri terbiasa untuk melakukan berbagai aktivitas dalam satu waktu yang bersamaan. Mereka bisa membaca, berbicara, menonton, atau mendengarkan musik dalam waktu yang bersamaan.



Gambar 9. Konsep tagline skematik Co-working

Hyperactive life adalah tagline yang berasal dari perilaku generasi Z, *Hyperactive life* terdiri dua kata yang melambankan perilaku generasi Z, yaitu :

-) *Hyperactive*, berdasarkan perilaku multitasking generasi Z dalam bekerja mereka diberikan segala kemudahan seperti berbagai teknologi yang berdasarkan usaha yang mereka jalani.
-) *life* atau kehidupan didasarkan perilaku sosial dimana mereka dapat berkomunikasi dengan siapa saja di dalam co-working.

Ruang

Ruang merupakan elemen yang sangat penting dalam arsitektur, Ruang merupakan wadah dari aktivitas-aktivitas manusia, baik aktivitas untuk kebutuhan fisik mau- pun emosi manusia. Ruang digunakan untuk mewa- dahi satu aktivitas manusia atau lebih. Dalam menemukan konsep ruang yang cocok untu generasi Z didasrkan pada gaya hidup generasi Z yaitu sosial dan multitasking.



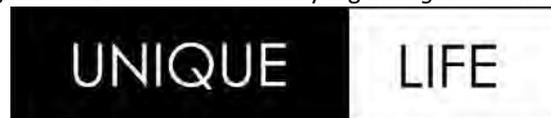
Gambar 10. konsep skematik ruang Co-working

Aktif adalah konsep berdasarkan gaya hidup generasi Z yang multitasking serta bersosialisasi, penerapan konsep Aktif diterapkan dengan pola ruang yang fleksibel. Dimana para *co-worker* tidak harus berada pada tempat yang sama dalam bekerja. Fleksibilitas ruang meliputi :

-) Keterbukaan, layaknya ruang-ruang publik tanpa sekat.
-) Area privat, memungkinkan untuk memiliki sekat atau bilik yang memberi sedikit privasi.
-) Akases gerak yang luas.

Furniture

Karena generasi Z memiliki sifat yang *Instagramabel*, untuk itu dalam hal *furniture* memiliki konsep unik. *Unique life* adalah konsep pada *furniture* yang merujuk pada, gaya hidup generasi Z serata sifat merak yang *Instagramabel*.



Gambar 11. konsep skematik furniture Co-working

HASIL PENELITIAN

Bagi para anak muda (generasi Z), bekerja bukan lagi sekadar mencari uang, tapi ada banyak tujuan seperti mencari ilmu, pengalaman dan juga menambah relasi untuk koneksi masa depan. generasi Z juga tidak menganggap kantor hanya sebagai tempat bekerja. Ada banyak yang diharapkan generasi Z saat mereka memulai kerja di tempat yang baru. Pendekatan gaya hidup generasi Z adalah sebuah pendekatan untuk meningkatkan produktifitas kerja, lima hal berdasarkan pendekatan generasi Z dalam sebuah tempat kerja:

-) Waktu kerja yang fleksibel

Waktu kerja yang fleksibel seolah sudah bukan lagi hal aneh di Indonesia. Beberapa startup atau perusahaan rintisan bahkan sampai perusahaan

yang sudah menjadi unicorn di Indonesia pun menerapkan waktu kerja yang fleksibel. Karyawan lebih mudah mengatur waktu untuk masuk kerja dan juga tidak harus pulang di waktu yang telah ditetapkan. Banyak alasan yang diungkapkan, seperti keadaan dan kondisi jalanan yang macet, tempat tinggal yang jauh sampai produktivitas yang lebih baik saat malam hari. Ya, saat interview Gen Z tidak ragu bertanya jam kerja di perusahaan tersebut. Jika dapat membantu mereka dalam melakukan aktivitas yang mereka sukai maka, maka mereka tidak ragu untuk mencobanya.

↳ Banyak kegiatan yang fun

Kantor yang cenderung kaku dan bahkan terlalu formal akan membuat Generasi Z ini stres. Mereka akan sulit berkonsentrasi karena jiwa mereka yang sangat aktif membutuhkan tantangan dan juga persaingan yang sehat. Dari sinilah HRD dan semua management berkewajiban menciptakan berbagai kegiatan atau aktivitas yang fun. Menyisihkan beberapa jam di akhir hari atau melakukan kegiatan rutin setiap bulan dengan rekan kerja lainnya juga membantu karyawan untuk semakin dekat satu dengan lainnya.

↳ Keterbukaan dan tidak ragu membagi ilmu

Gen Z adalah generasi yang haus akan ilmu dan pengalaman baru. Bagi mereka menambah ilmu dari manapun akan menjadi sumber yang membantu perkembangan mereka. Kantor yang tidak ragu membagi ilmu dan terbuka akan pengalaman baru akan sangat dicari karyawan generasi ini. Bahkan kegiatan knowledge sharing dan aktivitas yang membuat karyawan mendapatkan pengalaman baru akan membuat mereka bersemangat dalam bekerja.

↳ Kantor yang Instagramable

Kantor yang punya konsep unik dan memiliki banyak sudut kece sangat diincar para pencari kerja. Terlebih bagi mereka yang aktif menggunakan sosial media. Gen Z seolah tidak bisa lepas dari adanya Instagram dan update di tempat yang Instagramable pun jadi rutinitas. Jangan khawatir, melalui mereka yang bangga terhadap kantor akan membantu perusahaan melakukan branding. Personal branding yang baik tentu saja akan mempengaruhi promosi kantor dimanapun itu.

Dari pendekatan gaya hidup diharapkan dapat memberikan ruang kerja yang sesuai bagi para generasi Z, sehingga para generasi Z dapat terwadahi setiap kegiatan yang mereka lakukan di tempat kerja.

DAFTAR PUSTAKA

- Fadhly Fauzi Rachman. (2018, November). "Apa itu revolusi industry 4.0". <https://finance.detik.com/industri/d-3952668/apa-itu-revolusi-industri-40/>, pp:4-6
- ALDRIC. (2018, November). "Siapakah Generasi?". <https://aldrichglobal.id/siapakah-generasi-z/>
- Dea Anugrah. (2018, November). tirta Visual Report. <https://tirta.id/tirta-visual-report-masa-depan-di-tangan-generasi-z-ctMM/>, pp:6-7
- Kementerian Perindustrian. (2018, November). "Generasi Milenial Kompeten di Sektor Kreatif Digital Sambut Industri 4.0". <http://www.kemenperin.go.id/artikel/19978/Generasi-Milenial-Kompeten-di-Sektor-Kreatif-Digital-Sambut-Industri-4.0/>, pp:9-11
- Dewey John. (2018, November). "Karakter Generasi Z Menurut Beberapa Cendekiawan". <https://www.silabus.web.id/karakter-generasi-z/>, pp:21-23
- Nelsi. (2018, November). "5 Suasana Kantor yang Diharapkan oleh Gen Z". <https://www.idntimes.com/life/career/nelsi-1/suasana-kantor-yang-diharapkan-oleh-gen-z-c1c2/>, pp:23-29