

LAPORAN PENELITIAN

FENOMENA BEKERJA DI *COWORKING SPACE* SEBAGAI GAYA HIDUP
(STUDI PADA *COWORKER* DI JAKARTA DAN TANGERANG SELATAN)



Oleh:

Aminah Swarnawati

Agus hermanto

Dibiayai dari Sumber Dana FISIP UMJ

Tahun Anggaran 2019/2020

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA

2020

HALAMAN PENGESAHAN

- Judul Penelitian : Fenomena Bekerja di *Coworking Space* Sebagai Gaya Hidup
- Bidang Ilmu : Ilmu Komunikasi
- Peneliti 1
- a. Nama : Dr. Aminah Swarnawati, M.Si
 - b. NIDN/NIK : 0310096502/20.458
 - c. Jabatan fungsional : Lektor
 - d. Fakultas/Prodi : ISIP/Ilmu Komunikasi
 - e. Alamat Kantor : UMJ- JL.KH Ahmad Dahlan, Cirendeu-Ciputat, Tangsel
 - f. Alamat Rumah : Bukit Nusa Indah, JL. Kayu Putih kav 1199, Serua-Ciputat. Tangsel 15414
 - g. Telp/Email : 08161661537/aminah.swarnawati@umj.ac.id
- Lokasi Penelitian : Jakarta dan Tangerang Selatan
- Lama Penelitian : Satu Tahun Anggaran 2019/2020
- Biaya Penelitian : Rp 6.000.000,- (Enam Juta Rupiah)
- Sumber Dana : APB FISIP UMJ Tahun Anggaran 2019/2020
- Peneliti 2
- a. Nama : Agus Hermanto
 - b. Fakultas/Prodi : ISIP/Ilmu Komunikasi

Jakarta, Juni 2020

Mengetahui.
Ketua Program Studi

Peneliti

(Dr. Fal. Harmonis, M.Si)
NIK.20.619

(Dr. Aminah Swarnawati, M.Si)
NIK.20.458

Mengesahkan.
Dekan

(Dr. Ma'mun Murod, M.Si)
NIK.20.643

IDENTITAS DAN URAIAN UMUM

1. Judul Penelitian : Fenomena Bekerja di *Coworking Space* sebagai Gaya Hidup
2. Tim Peneliti :

Nama	Jabatan	Bidang Keahlian	Instansi Asal	Alokasi Waktu
Aminah Swarnawati	Ketua	Ilmu Komunikasi	FISIP UMJ	6 Bulan
agus Hermanto	Anggota	Ilmu Komunikasi	FISIP UMJ	6 bulan
Masa Pelaksanaan: November 2019 - Maret 2020				
Usulan biaya: Rp 6.000.000				

3. Lokasi Penelitian : Jakarta dan Tangerang Selatan
4. Temuan yang ditargetkan : penerapan teori sosiologi komunikasi, khususnya budaya massa
5. Kontribusi mendasar pada bidang ilmu: Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi pada perkembangan studi komunikasi pada umumnya serta penerapan konsep dan teori sosiologi komunikasi pada khususnya.
6. Jurnal ilmiah yang menjadi sasaran: jurnal nasional yang terakreditasi SINTA. Rencana publikasi tahun 2020/2021

I. PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Coworking Space adalah ruang kerja baru dimana pengguna bekerja dengan orang-orang lain dari perusahaan/organisasi yang berbeda di satu tempat. *Co-Working Space* berasal dari bahasa Inggris yang berarti ruang yang digunakan untuk bekerja, menghasilkan karya secara bekerjasama baik antar individu maupun perusahaan yang

Coworking space mengedepankan konsep *sharing* atau berbagi. Dalam satu ruangan terdapat berbagai individu, komunitas, maupun perusahaan, khususnya *start-up*. Biasanya terdapat satu ruangan terbuka untuk digunakan bersama dan ruangan-ruangan kecil yang dapat disewa per-individu atau per-komunitas atau perusahaan.

Coworking Space memiliki keuntungan yang dibutuhkan dalam berbisnis yang saat ini sangat penting, yaitu jejaring dan kolaborasi, Dengan adanya CWS sebagai tempat *entrepreneurs* berkumpul, para pengguna *coworking space* akan memiliki lebih banyak kenalan bisnis yang bisa dijadikan rekan bisnis, klien, ataupun teman diskusi, di mana memungkinkan untuk berkolaborasi, sehingga bisnis bisa berkembang dengan lebih pesat karena banyaknya kesempatan dan juga inspirasi yang didapatkan dari lingkungan yang berbeda-beda.

Coworking Space juga menjadi jawaban atas permasalahan biaya operasional gedung yang terus meningkat. Karena kantor sudah disediakan oleh penyedia *coworking space*, pengusaha tidak perlu lagi mengeluarkan biaya ekstra untuk menyewa gedung, membeli furniture, membayar jaringan internet bahkan pengelolaan kantor (*maintenance*), ataupun mempekerjakan resepsionis dan keamanan. Pengguna bisa langsung bekerja dan fokus melakukan bisnis.

B. PERMASALAHAN PENELITIAN

Di era milenial ketiga ini banyak perubahan yang terjadi dalam tatanan kehidupan manusia, mulai dari cara berkomunikasi, cara bekerja bahkan cara bersosialisasi. Hal tersebut terutama dipicu oleh kehadiran internet di tengah-tengah kehidupan masyarakat. Banyak bisnis baru yang tumbuh, di sisi lain banyak pula bisnis yang gulung tikar karena tergilas bisnis yang berbasis internet. Sebagai contoh bisnis cuci cetak foto seperti fuji

film dan Kodak film di mana pernah sangat berjaya, akan tetapi sekarang karena perangkat telepon pintar dilengkapi dengan kamera yang beresolusi tinggi mampu menghasilkan foto yang bagus, orang-orang biasa tidak lagi membutuhkan jasa cuci cetak foto.

Berkaitan dengan hal-hal di atas saat ini cara orang melakukan pekerjaannya juga tidak harus di kantor, karena banyak pekerjaan yang bisa dilakukan di rumah, orang berjualan tidak harus punya toko, orang bekerja tidak harus punya kantor. Bahkan usaha rintisan baru bisa dimulai tanpa kantor dengan memanfaatkan ruang kerja bersama atau yang populer disebut *coworking space*. Fenomena *coworking space* di jabodetabek mulai menjadi alternatif bagi para *freelancer* atau pengusaha *star-up*. Penelitian ini mencoba melihat fenomena kerja di *coworking space* sebagai gaya hidup baru, terutama dalam beberapa tahun terakhir ini

C. TUJUAN PENELITIAN

Penelitian mengenai ruang kerja bersama ini memiliki dua tujuan yang ingin dicapai, yaitu:

1. Mengidentifikasi tipe-tipe dan model *coworking space*
2. Menganalisis nilai-nilai yang ada pada *coworking space*
3. Menganalisis fenomena orang bekerja di *coworking space* sebagai gaya hidup

D. KEGUNAAN PENELITIAN

1. Secara akademik bermanfaat bagi pengembangan kajian sosiologi komunikasi, khususnya budaya massa
2. Secara praktis, bermanfaat bagi penyedia jasa *coworking space* dan pemanfaat jasa *coworking space*.

II. TINJAUAN PUSTAKA

I. RUANG KERJA BERSAMA/*CO-WORKING SPACE* (CWS)

A. PENGERTIAN *COWORKING SPACE*

Coworking space dalam bahasa Indonesia disebut sebagai “ruang kerja bersama”. *Coworking space* berarti tempat untuk orang-orang dari organisasi berbeda berbagi ruang untuk bekerja (Wikipedia, 2019). Bentuknya biasanya adalah suatu ruangan terbuka yang cukup luas untuk menampung sekian banyak orang. Orang-orang ini bisa terdiri dari individu, komunitas, suatu perusahaan yang bergerak di bidang bisnis, khususnya *start-up* (bisnis rintisan).

Ruangan sebuah *coworking space* bisa menyediakan ruang-ruang kecil tersendiri atau terpisah yang disewakan bagi satu perusahaan atau sekelompok pekerja. Selain itu, juga tersedia *pantry* atau kantin yang menyediakan kebutuhan konsumsi seperti kopi dan alat-alat dapur untuk memasak. Pada *coworking space* yang berkelas mahal kadang tersedia tersedia bar.

Ada pandangan yang menganggap *co-working space* hanyalah tempat kerja bersama dengan jaringan internet cepat. Anggapan tersebut tidak sepenuhnya salah, akan tetapi *coworking space* sebenarnya jauh lebih kaya maknanya dibanding tempat sewaan seperti itu. *Coworking space* hadir sebagai tempat yang memungkinkan para penyewanya untuk berinovasi dan berkolaborasi satu sama lain. Bahkan, usaha-usaha rintisan seperti *start-up* bisa mendapat investor atau bantuan pendanaan di *co-working space*.

Menurut Tadashi Uda (2013), *Coworking* berarti: cara bekerja di mana individu yang bekerja berkumpul di suatu tempat untuk menciptakan nilai sambil berbagi informasi dan kebijaksanaan melalui komunikasi dan bekerja sama sesuai kondisi yang mereka pilih”.

Dua poin penting menurut Uda (2013). *Pertama* adalah atribut individu tidak terbatas pada tugas yang spesifik, pekerjaan, dan organisasi tertentu. *Kedua* adalah tempat kerja yang secara fisik dibagi oleh mereka sendiri. Oleh karena itu, dalam istilah tertentu, konsep ini menunjukkan bahwa mereka tidak pergi bekerja di mana para freelancers, pengusaha kecil atau anggota organisasi dan lain lain,. yang memiliki pekerjaan terpisah berbagi tempat kerja dan bekerja sama secara fleksibel dalam situasi sambil berkomunikasi secara timbal balik

Literatur menunjukkan bahwa ruang kerja bersama diinterpretasikan sebagai tempat bagi para *freelancers* dan *independent workers* akses dengan tujuan membina dalam praktik jaringan kerjasama dan interaksi (Capdevila, 2015).

Tabel 1 Definisi Coworking

Sumber	Definisi
Coworking Wiki	Independent professionals and those with workplace flexibility work better together than they do alone
Tomio Ito (representative of Cahootz)	Concept and associated facilities where workers who hold respective jobs share information and wisdom through not only sharing the same place (space) but also communicating
DeGuzman and Tang (2011)	Set-up and dynamics of a diverse group of people who don't necessarily work for the same company or on the same project, working alongside each other, sharing the working space and resources
Hokkaido Bureau of Economy, Trade and Industry	Generic terms for a new way of working in which people who don't belong to enterprises or organizations (or going beyond the bounds of enterprises and organizations) and possess various capabilities and values congregate to share know-how and ideas, stimulate each other and collaborate while actively communicating
Satani (2012)	A work style in which people of differing occupations and jobs gather and share the same workplace and enhance each other through actively communicating and sharing wisdom and information
Spinuzzi (2012)	A superclass that encompasses the good-neighbors and good-partners configurations as well as other possible configurations that similarly attempt to network activities within a given space

Sumber: Tadashi Uda, 2013

Coworking space adalah tempat kerja bersama yang digunakan oleh berbagai jenis *knowledge professionals*, sebagian besar pekerja lepas, yang bekerja dalam berbagai tingkat spesialisasi dalam domain luas industri pengetahuan. Praktis dipahami sebagai fasilitas penyewaan kantor di mana para pekerja menyewa meja dan koneksi wi-fi, yang lebih penting, tempat para profesional independen menjalani rutinitas sehari-hari mereka bersama-sama dengan rekan-rekan profesional, sebagian besar bekerja di sektor yang sama - suatu keadaan yang memiliki implikasi besar pada sifat pekerjaan mereka, relevansi hubungan sosial di seluruh jaringan profesional mereka sendiri dan - pada akhirnya - keberadaan mereka sebagai pekerja produktif dalam *knowledge economy*. (Gandhini, 2015)

Coworking memberikan solusi untuk 'isolasi profesional' (Spinuzzi, 2012); dan berbagi ruang bersama menyediakan komunitas bagi mereka yang sebaliknya tidak akan menikmati dukungan relasional saat bekerja dari rumah. Di antara manfaat lain (misalnya, fleksibilitas, mampu bergaul dan bekerja dengan orang-orang yang berpikiran sama, keseimbangan kerja-kehidupan yang lebih baik, dan kepuasan kerja atau karier yang lebih besar), komunitas dan rasa memiliki juga telah dianggap sangat penting dalam merangsang bisnis pengembangan (Spinuzzi, 2012).

B. TIPE-TIPE *COWORKING SPACE*

Ada empat tipe *coworking spaces* yang berbeda, yaitu: *infrastructure*, *relational*, *network*, and *welfare coworking*. Tipologi ini diidentifikasi menggunakan pendekatan *grounded theory* (Strauss & Corbin, 1997 dalam Ivaldi, 2018).

1. *Infrastructure Coworking Space*

Dalam model ini, manajer *coworking* melihat interaksi sosial sebagai hal yang bermanfaat bagi lingkungan kerja dan iklim kerja, serta kondusif untuk menciptakan peluang bisnis. Namun, tidak ada tanggung jawab untuk menciptakan hubungan antara orang-orang di dalam dan di luar ruang; hubungan sosial dipandang tidak harus diarahkan atau dipromosikan; mereka muncul secara alami dari kedekatan fisik para profesional yang berbagi ruang

2. *Relational Coworking Space*

Di ruang kerja bersama, tujuan utama adalah promosi berbagi pengetahuan di antara rekan kerja. Dari perspektif para manajer, ruang tersebut memberikan kesempatan kepada rekan kerja untuk berinteraksi dan belajar satu sama lain. Relational coworking, seperti halnya coworking infrastruktur, merupakan kekhasan dari ruang-ruang kecil yang dimiliki oleh para pengusaha yang juga bekerja sebagai 'manajer komunitas'. Mereka mengelola ruang dengan mempromosikan berbagi pengetahuan dan mendorong rekan kerja untuk membangun hubungan sosial.

3. *Network Coworking*

Jaringan CWS berorientasi pada promosi koneksi profesional antara coworker dan subjek lain di luar ruang (para profesional, organisasi, dan perusahaan). Untuk tujuan ini, manajer CWS menerapkan kriteria seleksi untuk mengidentifikasi profesional berbakat dan usaha kecil yang bekerja di sektor yang sama (mis., Desain, arsitektur, dan inovasi digital).

Untuk memungkinkan tujuan ini, para pengelola CWS memberikan perhatian khusus pada desain dan disposisi ruang untuk mencerminkan sifat dan semangat bidang pekerjaan tertentu. Aturan eksplisit mengatur penggunaan ruang, sementara aturan implisit mencakup hubungan dengan rekan kerja dan cara-cara yang harus dilakukan oleh rekan kerja untuk berinovasi dan mengembangkan bisnis mereka. *Network coworking* dikaitkan dengan ruang *coworking* yang besar dengan struktur internal yang lebih kompleks dalam arti bahwa ruang tersebut dikelola oleh sekelompok operator dengan peran yang berbeda (mis., Manajer acara / proyek, manajer komunitas, dan manajer pemasaran).

4. *Welfare Coworking*

Dalam CWS tipe ini, pengelola merancang struktur kerja bersama sebagai respons terhadap masalah sosial / budaya yang memengaruhi masyarakat (mis., Wanita dan pekerjaan, keberlanjutan lingkungan, dan pengangguran). Dalam kasus ini, praktik manajerial sebagian besar diarahkan untuk mempromosikan dan menyebarkan nilai-nilai spesifik di antara rekan kerja dan melibatkan mereka dalam penciptaan dan implementasi proyek sosial

Coworking manager sebagian besar berfokus pada promosi budaya etis tertentu di antara rekan kerja, penciptaan kondisi untuk kolaborasi di antara mereka, dan membina kemitraan dengan organisasi / lembaga lain yang terhubung dengan masalah sosial / budaya tempat mereka bekerja. Manajer melihat ruang sebagai kesempatan untuk mengumpulkan orang-orang di sekitar masalah tertentu dan mengatur upaya mereka untuk memecahkan masalah yang dipertaruhkan. Manajer adalah fasilitator dalam identifikasi jalur individu untuk rekan kerja di ruang tersebut, dan bertanggung jawab untuk aktivasi proyek

Welfare Coworking biasanya merupakan ruang kecil / menengah dan bagian dari organisasi nirlaba atau perusahaan sosial. Mereka memiliki organisasi internal yang mirip dengan ruang kerja jaringan, dengan operator dalam peran yang berbeda (khususnya, manajer komunitas dan manajer proyek).

C. EMPAT MODEL *COWORKING SPACE*

1. **Internal collaboration**

Pusat inovasi internal biasanya dibuat khusus untuk karyawan di kantor perusahaan sendiri, yang menyediakan ruang yang fleksibel dan kreatif untuk menyesuaikan dengan berbagai pengaturan pekerjaan. Ruang kerja bersama internal dibentuk oleh organisasi yang ingin meningkatkan kolaborasi dan berbagi pengetahuan, mendorong pemikiran inovatif, dan menginspirasi perubahan budaya. Model ini juga memungkinkan perusahaan memberi sinyal kepada generasi baru karyawan bahwa mereka terbuka untuk bentuk kerja yang lebih fleksibel.

2. **Coworking memberships**

Pilihan lain untuk perusahaan yang mencari fleksibilitas dan kemudahan implementasi adalah membuat keanggotaan di ruang kerja bersama eksternal. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk menawarkan berbagai lokasi kepada karyawan mereka dan mengakomodasi kenaikan sementara dalam tenaga kerja. Keanggotaan eksternal juga menyediakan serangkaian pengaturan kerja dan membantu perusahaan memasuki jaringan baru dan memantau perkembangan pasar

tanpa modifikasi mahal terhadap real estat mereka yang ada dan potensi gangguan terhadap budaya perusahaan yang lebih luas.

3. External coworking space

Opsi lain untuk organisasi yang ingin bereksperimen dengan ruang kolaboratif adalah bekerja bersama penyedia spesialis untuk membuat area kerja bersama eksternal yang berdedikasi atau terbatas (dipagari). Model ini meminimlisir gangguan pada ruang yang ada dan memungkinkan perusahaan untuk menguji kerja sama dengan bidang bisnis tertentu sebelum memperkenalkan perubahan yang lebih luas. Ini memberikan banyak manfaat dari inovasi internal dan eksternal dengan risiko gangguan yang lebih rendah

4. Internal coworking space

Perusahaan menciptakan ruang kerja bersama internal yang terbuka bagi pengusaha dan pemula, seringkali gratis. *Start-up* biasanya dipilih melalui proses aplikasi atau wawancara, tetapi sebagai imbalannya disediakan layanan pendampingan. Membangun hubungan dengan cara ini dapat membantu perusahaan dewasa mengamankan akses ke teknologi terobosan atau ide-ide pada tahap awal, sambil mempertahankan kontrol atas ruang kerja bersama.

D. EMPAT STRATEGI INTERAKSI DI COWORKING SPACE

Empat strategi dimana *coworking spaces* dapat digunakan untuk menarik interaksi dan menumbuhkan inovasi: mengelola ruang kerja sebagai penghubung, mengatur pekerja yang bermacam-macam, desain interior untuk interaksi dan alat-alat untuk jaringan (Cabaral & Winden, 2016):

1. Management as connector:

Interaksi antara anggota sebagian besar terjadi untuk memiliki akses atau menggabungkan berbagai jenis pengetahuan dan sumber daya. Manajer komunitas memainkan peran penting dalam mengidentifikasi ini, baik secara internal maupun eksternal. Untuk menjadi sepenuhnya terintegrasi dan sadar akan komunitas, manajer fokus pada visibilitas dan integrasi dengan duduk di tempat yang berbeda setiap hari. Manajer juga makan siang dengan anggota setiap hari dan berinteraksi dengan mereka. Fungsi menjembatani berfungsi karena manajer

adalah bagian integral dari masyarakat, dan menyadari keterampilan, kegiatan, perkembangan, dan masalah anggota. Dengan demikian, manajer dapat melihat dan memanfaatkan peluang bagi anggota untuk terhubung dan menjadi nilai bagi bisnis masing-masing

2. **Regulating the mix of workers:** Di FreedomLab tidak ada kebijakan spesialisasi mengenai latar belakang profesional anggota. Namun, ada prosedur orientasi; anggota dipilih berdasarkan sikap terbuka, dorongan kewirausahaan dan minat bersama terkait dengan inovasi dan masalah sosial. Ini menghasilkan beragam campuran industri di mana para anggota aktif dan lingkup keahlian dan latar belakang profesional yang luas.
3. **Interior design for interaction:** Di FreedomLab ada ruang bersama yang terbuka dan ruang kantor yang terpisah. Berbagai jenis tata ruang menyebabkan berbagai jenis interaksi. Ruang bersama yang terbuka adalah komunikasi yang memungkinkan dan kantor-kantor terpencil pada tingkat yang lebih rendah. Lokasi meja seseorang memainkan peran penting dalam memfasilitasi interaksi antar anggota. Responden yang memiliki meja di ruang terbuka menyebutkan bahwa karena orang sering melewati meja mereka, interaksi terjadi secara teratur dan mudah yang tidak terjadi dengan anggota yang menyewa ruang kantor terpisah.
4. **Tools for networking:** FreedomLab memiliki berbagai alat untuk membujuk jaringan. Ini dapat dibagi menjadi acara jejaring formal, seperti presentasi dan lokakarya akademi, dan acara jejaring informal, seperti makan siang yang diselenggarakan bersama, kelas improvisasi, dan sesi meditasi. Sebagian besar responden menyebutkan bahwa kebijakan makan siang gratis dan acara komunitas memainkan peran besar dalam mendukung perilaku berjejaring.

E. NILAI-NILAI YANG TERDAPAT PADA COWORKING SPACE, menurut Stumpf, 2013):

1. **Komunitas:** Memiliki komunitas yang kuat dan yang memberi rasa memiliki adalah nilai yang paling penting dalam coworking space. Hal ini dilihat sebagai faktor keberhasilan dari coworking space tergantung pada komunitasnya.

Coworking space tidak dilihat sebagai layanan yang satu arah melainkan hubungan dua arah. Orang yang memanfaatkan juga memberi kontribusi kepada yang lainnya. Orang yang bekerja pada *coworking space* disebut sebagai *Community Manager* yang memiliki peran mendorong dan mendukung komunitas. Bagi *freelancer* datang ke *coworking space* untuk menjadi bagian dari sebuah kelompok sosial. Dalam komunitas, interaksi sosial secara formal maupun informal dinilai sangat tinggi dan penting dalam sebuah *coworking space* seperti makan siang bersama dan berbicara tentang proyek-proyek lain untuk memperluas cakrawala. Ketersediaan sederhana untuk menghabiskan waktu bersama-sama merupakan nilai yang penting pada *coworking space*

2. **Aksesibilitas.** Nilai ini memiliki 4 (empat) aspek yang berbeda. Pertama *coworking space* dapat diakses untuk orang atau kelompok yang sangat beragam. Orang harus merasa disambut dan suasana harus hangat. Kedua, aksesibilitas secara keuangan. *Coworking space* merupakan sebuah layanan dalam kelompok sosial dan harga sewa meja kerja harus serendah mungkin. Ketiga, bersikap terbuka dan menyambut tamu misalnya saat acara-acara komunitas. Keempat, yaitu aksesibilitas secara fisik bagi penyandang cacat.
3. **Kolaborasi.** *Freelancer* atau *entrepreneur* umumnya dapat bekerja sendiri dibanding dengan pegawai pada perusahaan konvensional. Tapi para *freelancer* dan *entrepreneur* ini tetap masih bisa bekerja sama dan hal ini yang sangat diapresiasi pada *coworking space*. Dalam komunitas di *coworking space*, *coworkers* dapat menemukan layanan spesialis yang dibutuhkan (misalnya desainer web), atau *coworkers* dapat berbagi ide satu sama lain untuk mendapatkan umpan balik. Selain itu, melalui kerjasama bahkan layanan baru atau bisnis baru dapat lahir dan menyebabkan kemitraan profesional antar *coworkers*. Nilai inti disini adalah ketersediaan individu untuk bekerja dengan orang lain. Kolaborasi termasuk juga dalam arti saling berbagi pengetahuan dan pengalaman.
4. **Komunikasi.** Manfaat dari *coworking space* hanya dapat dirasakan melalui komunikasi. Ketersediaan untuk secara aktif berbagi pengetahuan dan belajar dari orang lain merupakan hal yang penting dalam *coworking space*. Tanpa

komunikasi orang-orang hanya akan menjadi semacam orang luar yang hanya memanfaatkan namun tidak berkontribusi

5. **Keterbukaan.** Keterbukaan memiliki arti pola pikir yang terbuka terhadap ide-ide baru dan sudut pandang yang berbeda, terbuka untuk mengubah pola pikir sendiri dan terbuka untuk belajar dan mengajar setiap waktu. Prasyarat keterbukaan adalah kepercayaan, tanpa kepercayaan misalnya bahwa ide mereka tidak akan dicuri, berbagi ide menjadi hal yang mustahil. Sehingga tanpa adanya keterbukaan, beberapa manfaat dari kerja bersama seperti umpan balik yang berkualitas tidak dapat direalisasikan
6. **Kreativitas.** Sebagian besar *coworkers* bekerja di industri kreatif, mereka dituntut harus selalu kreatif dan sikap itu dapat dibagi pada orang lain. Bekerja pada *coworking space* tidaklah rutin. Dalam *coworking space*, ruang dan komunitas selalu berubah dari waktu ke waktu. Perubahan secara terus menerus tersebut merupakan hasil dari keberlanjutan kreativitas dan inovasi.

BAB 3. METODE PENELITIAN

A. PENDEKATAN PENELITIAN

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah Pendekatan Kualitatif, riset kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya. Riset ini tidak mengutamakan besarnya populasi atau sampling, bahkan populasi atau samplingnya sangat terbatas. Jika data yang terkumpul sudah mendalam dan bisa menjelaskan fenomena yang diteliti, maka tidak perlu mencari sampling lainnya. Di sini yang lebih ditekankan adalah persoalan kedalaman (kualitas) data bukan banyaknya (kuantitas) data (Kriyantono 2006 :58)

Periset adalah bagian integral dari data, artinya periset ikut aktif dalam menentukan jenis data yang diinginkan. Dengan demikian periset menjadi instrumen riset yang harus terjun langsung di lapangan. Karena itu riset ini bersifat subyektif dan hasilnya lebih kasuistik bukan untuk digeneralisasikan (Kriyantono 2006 : 59). Metode penelitian kualitatif sering disebut metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (*natural setting*); disebut juga sebagai metode etnographi, karena pada awalnya metode ini lebih banyak digunakan untuk penelitian bidang antropologi budaya, disebut sebagai metode kualitatif, karena data yang terkumpul dan analisisnya lebih bersifat kualitatif (Sugiyono 2006 : 9)

B. METODE PENELITIAN

Metode penelitian adalah studi kasus, menurut Robert K. Yin (1997 : 1) secara umum Studi kasus merupakan strategi yang lebih cocok bila pokok pertanyaan suatu penelitian berkenaan dengan “*how*” atau “*why*”, bila peneliti hanya memiliki sedikit peluang untuk mengontrol peristiwa-peristiwa yang akan diselidiki, dan bilamana fokus penelitiannya terletak pada fenomena kontemporer (masa kini) di dalam konteks

kehidupan nyata. Penelitian ini memang akan menjawab pertanyaan mengenai “bagaimana” dan “mengapa” dan fenomenanya terjadi pada masa kini.

Studi kasus menurut Cresswell (2013), merupakan metode penelitian dimana di dalamnya peneliti menyelidiki secara cermat suatu program, peristiwa, aktivitas, proses atau sekelompok individu. Kasus-kasus dibatasi oleh waktu dan aktivitas dan peneliti mengumpulkan informasi secara lengkap dengan menggunakan berbagai teknik pengumpulan data berdasarkan waktu yang telah ditentukan.

C. INFORMAN PENELITIAN

Informan pada penelitian ini adalah para pengguna jasa atau pernah menggunakan jasa *coworking space* sebanyak tiga orang informan

Tiga orang Informan adalah:

1. RD- laki-laki, usia 35 tahun, *freelancer project digital (web development, digital marketing dll)*
2. FR- laki-laki, usia 26 tahun, wirausaha *starsup, bussiness Development, Manager Operational*
3. NMT- perempuan, usia 28 tahun, *Bussines Development Specialist.*

D. TEKNIK PENGUMPULAN DATA

1. *In depth interview* (Wawancara Mendalam): Metode wawancara mendalam adalah metode riset di mana periset melakukan kegiatan wawancara tatap muka secara mendalam dan terus-menerus (lebih dari satu kali) untuk menggali informasi dari responden.. Karena itu responden disebut juga informan. (Kriyantono 2006 : 65).
2. Pengamatan/Observasi: yaitu mengamati aktivitas orang bekerja di suatu *coworking space*. Menurut Cresswell (2013), observasi kualitatif merupakan observasi yang di dalamnya peneliti langsung turun ke lapangan untuk mengamati perilaku dan aktivitas individu-individu di lokasi penelitian. Peneliti bisa berperanmulai dari sebagai non partisipan. Dalam penelitian ini peneliti berperan sebagai non partisipan, artinya tidak terlibat secara langsung memberikan

pendapat, atau masukan, tetapi berada di lokasi mengamati dan sangat sedikit terlibat dalam komunikasi di forum yang sedang diamati.

Upaya untuk mendapatkan kredibilitas data penelitian adalah dengan melakukan triangulasi. Triangulasi bertujuan untuk meningkatkan keakuratan mengecek data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan waktu. Jenis triangulasi ada berbagai jenis seperti triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data dan triangulasi waktu. Menurut Neuman (2016) ada empat jenis triangulasi; yaitu triangulasi ukuran, pengamat, teori dan metode. Penelitian ini menggunakan triangulasi teknik pengumpulan data, yaitu dengan cara melakukan crosscheck antara hasil wawancara, hasil observasi dan dokumentasi.

E. TEKNIK ANALISIS DATA

Data yang terkumpul melalui wawancara mendalam, diklasifikasikan ke dalam kategori-kategori tertentu. Pengklasifikasian atau pengkategorian ini harus mempertimbangkan kesahihan (kevalidan), dengan memperhatikan kompetensi subyek penelitian, tingkat autensitasnya dan melakukan triangulasi berbagai sumber data

Setelah diklasifikasikan, periset melakukan pemaknaan terhadap data. Pemaknaan ini merupakan prinsip dasar riset kualitatif, yaitu bahwa realitas ada pada pikiran manusia, realitas adalah hasil konstruksi sosial manusia. Dalam melakukann pemaknaan atau interpretasi tersebut, periset dituntut berteori untuk menjelaskan dan berargumentasi. Berteori itu penting untuk membantu periset mempertahankan argumentasinya (*Blocking Interpretation*). Kegiatan berteori ini dikenal dengan istilah *conscientization* (Kriyantono 2006: 191)

BAB 4. BIAYA DAN JADWAL PENELITIAN

Penelitian dijadwalkan antara bulan November 2019 - Februari 2020. Biaya penelitian adalah 6 juta rupiah berasal dari APB FISIP UMJ tahun anggaran 2019 dengan perincian sebagai berikut:

No	Uraian	Rupiah
1.	Honorarium (5 informan x 200.000)	Rp 1.000.000
2.	Publikasi Jurnal Sinta, Fotocopy, ATK	Rp 3.500.000
3	Perjalanan/transportasi	Rp 750.000
4.	Biaya sewa komputer, kamera, perekam	Rp 750.000
	Jumlah Total	Rp 6.000.000

BAB 5: HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

A. SEJARAH *CO-WORKING SPACE*

Coworking space pertama kali dikenal oleh publik umum saat ada kemunculan organisasi nirlaba yang bernama C-Base di tahun 1995. Organisasi yang terletak di Jerman ini mempunyai tujuan untuk menggabungkan kerja sama di antara teknologi komputer, jaringan antar anggota organisasinya, serta pertemuan dengan masyarakat umum yang mengandalkan teknologi. Para pesertanya sering mengadakan pertemuan di sebuah lokasi yang awalnya lebih dikenal dengan nama *Hackerspace*.

Nama *Hackerspace* ini lalu berubah menjadi istilah yang sekarang kita kenali sebagai *coworking space*. Istilah *coworking space* itu sendiri dicetuskan oleh Bernard Brian DeKoven pada tahun 1999. Konsep *coworking space* ini lebih tegas yaitu semua pekerja yang hadir posisinya setara, tidak mengenal yang mana atasan yang mana bawahan seperti halnya kerja di kantor konvensional umumnya. Sifat relasi di antara orang-orangnya cenderung egaliter.

Tempat kerja yang benar-benar memakai nama *co-working space* baru muncul di San Francisco, Amerika Serikat pada tanggal 9 Agustus 2005. Banyak kalangan pengamat bisnis yang menyebut tanggal ini sebagai tanggal lahirnya *co-working space* pertama di dunia.

Coworking space pertama ini didirikan oleh developer bernama Brad Neuberg. *Coworking space* ini menyediakan ruangan dengan delapan meja di Spiral Muse, San Francisco. Selain sebagai tempat bekerja, lokasi tersebut menawarkan makan siang bersama bagi orang-orangnya. Bahkan ada juga waktu untuk meditasi sama-sama, atau waktu bersepeda ramai-ramai.

Pada April tahun 2017, tercatat ada 75 *co-working space* di Indonesia yang terdaftar di Asosiasi *CoWorking* Indonesia. Walaupun pengembangan *coworking space* Indonesia dapat dikatakan cukup sulit, makin menjamur kemunculan *coworking space*, terutama di ibu kota, Jakarta. (Yasha, 2018). Di Indonesia, konsep *coworking space* diterapkan pertama kali oleh anak-anak muda dari Bandung. Mereka mendirikan *Hackerspace* Bandung di tahun 2010. Pendiri utamanya bernama Yohan Toting. *Coworking space* ini dulunya berlokasi di kawasan Sukaluyu, Bandung. Satu

tahun sejak *Hackerspace* Bandung berdiri, konsep serupa kemudian muncul di kota Surabaya, Jakarta, Yogyakarta, dan beberapa kota besar lainnya di Indonesia.

Sejak saat itu, *coworking space* terus beertumbuh jadi banyak. Para pebisnis *coworking space* di Tanah Air juga pernah menggelar Konferensi *Coworking* Indonesia. Konferensi tersebut pertama kali diselenggarakan di Bali pada Februari 2016. Acara tersebut akhirnya melahirkan perkumpulan *coworking space* Indonesia.

B. HASIL PENELITIAN

1. TIPE *COWORKING SPACE*

Ada empat tipe CWS. Berdasarkan pengalaman informan penelitian yang pernah bekerja di suatu CWS, tipe CWS nomor 4 yang belum pernah mereka temui. Hal tersebut dapat dimaklumi karena *freelancer* atau orang yang memulai bisnis *star up* yang menjadi informan memang lebih banyak bergelut di bidang bisnis bukan kegiatan aktivitas sosial atau advokasi.

- a. Tipe di mana interaksi sosial sebagai hal yang bermanfaat bagi lingkungan kerja dan iklim kerja, serta kondusif untuk menciptakan peluang bisnis
- b. Tipe dimana tujuan utama adalah promosi dan berbagi pengetahuan di antara rekan kerja.
- c. Tipe di mana ruang *coworking* yang besar dengan struktur internal yang lebih kompleks dalam arti bahwa ruang tersebut dikelola oleh sekelompok operator dengan peran yang berbeda (mis., Manajer acara / proyek, manajer komunitas, dan manajer pemasaran).
- d. Tipe di mana pengelola merancang struktur kerja bersama sebagai respons terhadap masalah sosial / budaya yang memengaruhi masyarakat (mis., Wanita dalam pekerjaan, masalah keberlanjutan lingkungan, masalah pengangguran).

Berikut petikan jawaban dari informan:

Informan 1:

"Pilihan tipe yang tersedia tidak memiliki perbedaan yang signifikan. Saya pernah "menggunakan" sedikitnya 10 CWS, klasifikasi tipe yang tersedia bisa ditemui

dalam satu CWS yang selain memberikan layanan penyewaan *space* juga memiliki berbagai program”

Informan 2:

“Tipe no A. Tipe di mana interaksi sosial sebagai hal yang bermanfaat bagi lingkungan kerja dan iklim kerja, serta kondusif untuk menciptakan peluang bisnis”

Informan 3:

“Tipe C, Tipe di mana ruang *coworking* yang besar dengan struktur internal yang lebih kompleks dalam arti bahwa ruang tersebut dikelola oleh sekelompok operator dengan peran yang berbeda (mis., Manajer acara / proyek, manajer komunitas, dan manajer pemasaran)”

2. MODEL COWORKING SPACE

1. **Internal Collaboration:** CWS yang biasanya dibuat khusus untuk karyawan di kantor perusahaan sendiri, yang menyediakan ruang yang fleksibel dan kreatif untuk menyesuaikan dengan berbagai pengaturan pekerjaan.
2. **Coworking Membership:** CWS yang membuat keanggotaan di ruang kerja bersama eksternal. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk menawarkan berbagai lokasi kepada karyawan mereka dan mengakomodasi kenaikan sementara dalam tenaga kerja.
3. **External CWS:** model di mana organisasi bekerja bersama penyedia spesialis untuk membuat area kerja bersama eksternal yang berdedikasi atau terbatas. Model ini meminimlisir gangguan pada ruang yang ada dan memungkinkan perusahaan untuk menguji kerja sama dengan bidang bisnis tertentu sebelum memperkenalkan perubahan yang lebih luas.
4. **Internal CWS:** Perusahaan menciptakan ruang kerja bersama internal yang terbuka bagi pengusaha dan pemula, seringkali gratis. Start-up biasanya dipilih melalui proses aplikasi atau wawancara, tetapi sebagai imbalannya disediakan layanan pendampingan.

Informan 1:

“pembagian di atas masih kurang jelas, berdasarkan pengalamannya bekerja pada puluhan CWS, saya memiliki klasifikasi sendiri, sebagai berikut:

“Sebagai gambaran, umumnya suatu CWS memiliki beberapa tipe penyewaan space: a) *Private Space* (disewakan bagi yang menginginkan meja kursi secara privat, biasanya terbuka meski ada juga yg tertutup). b) *Shared Space* (disewakan dalam bentuk ruang terbuka yang bebas menempati meja kursi manapun). c) *Office Space* (ruang privat yang terdiri dari beberapa kursi yang disewakan untuk tim bisnis yang masih kecil, baik itu bisnis digital maupun konvensional). d) *Meeting Space* (ruang meeting yang umumnya disewakan per-jam untuk kebutuhan meeting). e) *Event Space* (ruang yang umumnya bisa menampung sedikitnya 20-100 lebih untuk pelaksanaan event, biasanya disewakan untuk pihak external atau juga digunakan oleh internal)f) *Pantry atau Coffee Shop* (bagian dari fasilitas pengguna CWS berupa ruang terbuka yang terkadang untuk berinteraksi saat sedang tidak bekerja)”

Selanjutnya informan mengatakan bahwa “pada dasarnya CWS hanya dikelola oleh sebuah tim kecil karena core business-nya adalah pada penyewaan "space". Namun sebagian telah berkembang lebih jauh karena CWS juga berinisiatif mengambil peran-peran lain dalam suatu ekosistem startup, baik secara internal maupun secara kolaboratif dengan berbagai pihak eksternal. Misalnya ada beberapa CWS yang sekaligus sebagai sub-bisnis dari *Venture Capital (VC)* atau dari perusahaan konvensional. Ada CWS yang mengambil peran sebagai [incubator](#), ada pula yang fokus di *accelerator*, dll. Pada tahap inilah akhirnya setiap CWS punya orientasi yang berbeda-beda”.

“Tahun 2017 saya pernah ikut kompetisi "*Startup Weekend Jakarta*". Suatu program yang memberikan challenge bagi individu yang ingin membuat startup dalam 54 jam, mulai dari proses membentuk tim dengan peserta yang baru dikenal kemudian berlanjut proses mentoring oleh belasan praktisi bisnis startup hingga managing partner dari perusahaan VC, endingnya harus jadi prototype produk startup yang dipresentasikan di depan juri”

“*Event* tersebut merupakan program *Techstars* yang bermitra dengan *Google for Startups* (*Techstars* sendiri merupakan perusahaan yang fokus pada program inkubasi startup skala internasional). Kemudian di Indonesia bermitra dengan *Freeware Space* (CWS yg sekarang berganti nama menjadi *Wellspaces*) untuk pelaksanaan event di atas. Kebetulan tim saya meraih juara 1 dan mendapat free penggunaan CWS selama 4 bulan. *Freeware Space* sendiri merupakan CWS yang juga satu atap dengan perusahaan VC bernama *Gupara Ventures*”

“Jadi sebagian CWS saat ini selain sebagai layanan penyewaan space (baik membership maupun no-member) juga melakukan mentoring untuk suatu tim bisnis. Mentoring ini ada yg bersifat long-term ada yg short-term. Mentornya juga

hasil kolaborasi dengan pihak lain. Tim bisnis tersebut bisa diambil melalui banyak metode, bisa melalui kompetisi terbuka, bisa melalui submit/registrasi kemudian diseleksi, dll. Semua terjadi melalui banyak kolaborasi.

Informan 2:

“Model nomor 1: **Internal Collaboration**: CWS yang biasanya dibuat khusus untuk karyawan di kantor perusahaan sendiri, yang menyediakan ruang yang fleksibel dan kreatif untuk menyesuaikan dengan berbagai pengaturan pekerjaan”

Informan 3:

“Model nomor 1: **Internal Collaboration**: CWS yang biasanya dibuat khusus untuk karyawan di kantor perusahaan sendiri, yang menyediakan ruang yang fleksibel dan kreatif untuk menyesuaikan dengan berbagai pengaturan pekerjaan”

3. NILAI-NILAI DALAM COWORKING SPACE

Nilai Komunitas

- a. Coworking space memiliki komunitas yang kuat dan CWS yang memberi rasa memiliki adalah nilai yang paling penting*

Informan 1:

"Komunitas yang kuat dan CWS yang memberi rasa memiliki" Dua hal yang bagi saya bukan hal penting karena sejauh yang saya tahu suatu CWS tidak ada yg punya orientasi hingga ke level itu. CWS bukan sesuatu yang berdiri sendiri sebagai sebuah “komunitas dengan basis loyalitas”. Tapi mereka menyadari sebagai bagian dari suatu ekosistem *start up* yang mengharuskan terjadinya kolaborasi dengan pihak eksternal”.

Informan 2:

“Sangat setuju, karena sering CWS menjadi tempat berkumpul dan *sharing* informasi antar member”

Informan 3:

“Benar sekali, kedekatan dan tidak adanya jarak dalam membahas segala hal menjadikan rasa memiliki itu sangat terasa. Sepengalaman saya bekerja pada berbagai bidang dan jenis kantor, ketika di CWS-lah kedekatan emosional lebih terasa dibandingkan kantor konvensional”.

- b. Coworking space tidak dilihat sebagai layanan yang satu arah melainkan hubungan dua arah. Orang yang memanfaatkan juga memberi kontribusi kepada yang lainnya. Oleh sebab itu orang-orang yang bekerja pada coworking space disebut sebagai Community.*

Informan 1:

“Orang-orang yang bekerja pada coworking space ini punya beragam tujuan berbeda, sedangkan dari sisi CWS juga punya orientasi yang berbeda-beda. Ada orang yang datang sebagai individu yang hanya ingin mencari kenyamanan kerja, ada yang datang sebagai tim dengan fokus tujuan beragam. Artinya tidak bisa diidentifikasi sebagai sebuah “komunitas”.

Informan 2:

“Saya setuju, karna sepengalaman saya di CWS selain harus fokus bekerja juga dapat saling berbagi dengan member/pengguna CWS yg lain ”

Informan 3:

“Benar sekali, karena tidak semua orang bisa nyaman, bekerja dengan ruangan tanpa sekat dan bebas berbicara dengan siapa pun tanpa ada batasan”

- c. Bagi freelancer datang ke coworking space untuk menjadi bagian dari sebuah kelompok sosial, di mana interaksi sosial secara formal maupun informal dinilai sangat tinggi dan penting dalam sebuah coworking space seperti makan siang bersama dan berbicara tentang proyek lain untuk memperluas cakrawala.*

Informan 1:

“Tidak selalu demikian,, prinsipnya sebagai layanan penyedia space, CWS hanya menyediakan peluang terjadinya "interaksi dan kolaborasi", tapi pilihan tetap kembali kepada coworker. Biasanya interaksi yang berlanjut itu terjadi hanya ketika ada yang satu visi dalam bidang concern yang sama namun punya skill yang saling melengkapi.

Informan 2:

“Sangat setuju, seperti yang sudah dijelaskan diatas, CWS menjadi tempat yg positif untuk sharing dengan teman-teman yang juga menjalankan profesi bisnis/freelancer”

Informan 3:

“Benar sekali, bahkan kita bisa membicarakan segala hal tanpa merasa sungkan”

- d. *Kesediaan sederhana untuk menghabiskan waktu bersama-sama merupakan nilai yang penting pada coworking space.*

Informan 1:

“Tidak selalu demikian. Bagi coworker yg datang sendiri, waktu yang dihabiskan untuk bersama-sama dalam artian berdiskusi dengan orang baru hanya memiliki porsi yang kecil ketimbang porsi waktu bekerja”.

Informan 2:

“Kurang setuju, karna di CWS terkadang ada keterbatasan waktu untuk *stay* dan berlama-lama di CWS”

Informan 3:

“Benar sekali, kenyamanan akan lingkungan kerja membuat waktu tidak terasa”.

Aksesabilitas:

- a. *Coworking space dapat diakses untuk orang atau kelompok yang sangat beragam. Orang harus merasa disambut dan suasana harus hangat.*

Informan 1:

“Tidak selalu demikian, setiap CWS punya pendekatan yang berbeda-beda”.

Informan 2:

“Setuju, karena di CWS siapapun memiliki butuh tempat yang nyaman untuk menjalankan profesinya”

Informan 3:

“Benar sekali, kembali kepada kenyamanan dalam bekerja yang dicari oleh community ini”.

- b.** *Aksesibilitas secara keuangan. Coworking space merupakan sebuah layanan dalam kelompok sosial dan harga sewa meja kerja harus serendah mungkin.*

Informan 1:

“Harga sewa CWS sangat relatif, paling murah per jam ada yang 13rb – 25rb, ada yang per hari mulai dari 50rb – 300rb, ada yang per bulan mulai dari 1jt – 8jt. Dari sisi bisnis ini tentu sudah sebuah kalkulasi yang affordable mengingat setiap harga punya benefit masing-masing”

Informan 2:

“Setuju, selain itu juga bisa ditambah untuk jam kerjanya lebih fleksibel”

Informan 3:

“Kurang begitu setuju ya. Pengalaman saya berpindah dari satu CWS ke CWS lainnya memberikan kesan berbeda. Ya pastinya ada uang ada barang”.

- c.** *Layanan dalam CWS sebaiknya terbuka.*

Informan 1:

“Karena setiap CWS punya orientasi yang berbeda maka mungkin akan menerapkan sistem yang berbeda”

Informan 2:

“Setuju, untuk semakin memudahkan akses yang memang diperlukan”

Informan 3:

“Benar sekali memudahkan bagi community dan tentunya strategi yang bagus untuk CWS itu sendiri”

- d.** *CWS harus memiliki aksesibilitas secara fisik bagi penyandang cacat. Pendapat anda?*

Informan 1:

“Karena kebanyakan CWS menempati suatu gedung atau bangunan sewa maka ini akan sangat dipengaruhi oleh desain gedung tersebut”.

Informan 2:

“Sangat setuju, karna bagi penyandang disabilitas khususnya freelancer tempat-tempat seperti cws bisa menjadi solusi untuk mereka semakin fokus tanpa terganggu dengan fasilitas yang ditempat lain kurang mendukung”

Informan 3:

“Cukup setuju, karena hampir semua fasilitas umum ataupun beberapa kantor konvensional sudah memberikan fasilitas tersebut. Namun, dari pengalaman saya hamper semua CWS belum ada fasilitas tersebut”

Kolaborasi:

1. *Freelancer atau enterpreneur umumnya dapat bekerja sendiri dibanding dengan pegawai pada perusahaan konvensional. Tapi para freelancer dan enterpreneur ini tetap masih bisa bekerja sama dan hal ini yang sangat diapresiasi pada coworking space.*

Informan 1:

“Mungkin jawaban ini akan senada dengan jawaban-jawaban di atas. Jika *freelancer* atau enterpreneur tidak sedang memerlukan partner maka kebanyakan akan menghabiskan waktu bekerja sendiri di CWS”.

Informan 2:

“Sangat setuju, CWS bisa menjadi salah satu tempat untuk enterpreneur atau freelancer untuk bisa lebih focus”

Informan 3:

“Benar sekali, CWS memberikan wadah untuk para professional bertemu dan bertukar pikiran secara terbuka”.

2. *Dalam komunitas di coworking space, coworkers dapat menemukan layanan spesialis yang dibutuhkan (misalnya desainer web), atau coworkers dapat berbagi ide satu sama lain untuk mendapatkan umpan balik.*

Informan 1:

“Tidak selalu demikian. Biasanya interaksi yang berlanjut itu terjadi hanya ketika ada yang satu visi dalam bidang concern yang sama namun punya skill yang saling melengkapi”.

Informan 2:

“Sangat Setuju, bahkan memang di CWS banyak freelancer-freelancer yang bergerak di bidang IT, Desain grafis dll. Jadi memungkinkan untuk saling berbagi pengetahuan dan pengalaman”

Informan 3:

“Kurang setuju untuk layanan yang dimaksudkan, karena tidak semua CWS menyediakan namun kalau untuk setiap *community* bisa berbagi ide satu sama lain sangat setuju”.

3. *Melalui kerjasama bahkan layanan baru atau bisnis baru dapat lahir dan menyebabkan kemitraan profesional antar coworkers. Nilai inti disini adalah kesediaan individu untuk bekerja dengan orang lain. Kolaborasi termasuk juga dalam arti saling berbagi pengetahuan dan pengalaman.*

Informan 1:

“Jadi kolaborasi dan networking yang dibayangkan itu sebetulnya bukan terjadi saat daily working, ada tapi tidak signifikan. Peluang terjadinya kolaborasi dan networking ini kebanyakan berasal dari sebuah event atau program inkubasi yang diselenggarakan oleh CWS yang biasanya berkolaborasi dengan berbagai pihak”. Kolaborasi dan networking kebanyakan tercipta karena suatu event punya suatu topik tertentu yang pesertanya berada dalam satu concern atau minat yang sama.

“Saya sendiri pernah mengelola komunitas Tech in Asia City Chapter Jakarta selama hampir 2 tahun, komunitas ini merupakan inisiatif program dari Tech in Asia Indonesia, media terbesar yang fokus pemberitaan tentang startup di Indonesia. Kerja komunitas ini adalah untuk mendorong tumbuh-kembangnya ekosistem startup dengan mengadakan diskusi yang mempertemukan para pelaku startup, founder, investor, dll. Namun begitu komunitas ini berjalan secara volunteer, artinya tanpa biaya sama sekali. Semuanya hasil kolaborasi, misalnya untuk tempat acara dilangsungkan di berbagai CWS yang diberikan secara free”.

Informan 2:

“Setuju, salah satu kelebihan CWS adalah bisa bertemu dengan orang-orang yang secara profesi berbeda dan pada akhirnya jika cocok bisa menjadi partner dalam berkolaborasi menciptakan karya atau usaha bersama-sama” .

Informan 3:

“Sangat setuju, dimulai dari betukar pikiran dan pembahsaan segala macam hal tanpa ada batasan bisa memulai kerja sama atau bisnis baru”.

III. *COWORKING SPACE* DAN GAYA HIDUP

Pertumbuhan CWS yang cukup pesat saat ini, apakah akan semakin dibutuhkan masyarakat dan akan menjadi gaya hidup, tentunya dengan asumsi covid sudah berlalu/keadaan sudah normal atau paling tidak new normal.

Bukan merupakan hal yang tidak mungkin bahwa pada masa depan para pekerja milenial akan semakin banyak bekerja di *coworking*, terutama para *freelancer*, atau pekerja kreatif yang tidak harus pergi ke kantor secara rutin. Begitu pula dengan para pebisnis starup, sebelum memiliki kantor permanen mereka bisa melakukan *meeting* maupun kerja pada *coworking*. Berkaitan dengan fenomena orang-orang bekerja di *coworking* maka saat ini juga dikenal istilah *remote working*. *Remote Working* merupakan istilah untuk kerja jarak jauh, pekerja tidak harus datang ke kantor untuk bekerja seperti pekerja pada umumnya. Bisa saja bekerja dari luar kota, luar negeri, di pegunungan, kafe, hingga *working space*. Komunikasi dan segala pekerjaan umumnya dilakukan dengan mengandalkan teknologi.

Tren kerja *Remote Working* dan ‘Kerja dari rumah’ mulai diadaptasi oleh perusahaan-perusahaan terutama *startup*. Keduanya menawarkan pengalaman kerja yang berbeda dari biasanya. Tentu *remote working* berbeda dengan *wfh* atau *working from home*, yang saat *social distancing* maupun *lockdown* akibat wabah Corona Covid 19, banyak dilakukan oleh orang di seluruh dunia.

Kerja di rumah sifatnya sementara, jika keadaan normal maka para pekerja yang melakukan kerja di rumah akan kembali bekerja di kantor secara *offline* kembali. Sedangkan pekerja *remote* sifatnya bisa permanen. Bekerja *remote* dan bekerja jarak jauh di luar kantor sepanjang waktu tentu saja berbeda. *Remote Working* membutuhkan serangkaian keterampilan dan sumber daya yang berbeda dengan pekerja biasa. Dibutuhkan pula *self-starting attitude* dan manajemen waktu yang

sangat ketat. Komunikasi *proactive* dan fokus terhadap kerja bersama juga sangat dibutuhkan, karena tidak ada waktu untuk tatap muka dengan rekan kerja.

Pekerja *remote* bisa membentuk lingkungan kerja sendiri, bisa memilih tempat kerja sesuka mereka, yang penting bisa membuat energi kerja menjadi lebih baik dan lebih semangat. Suasana lain dalam bekerja, bisa menambah *mood booste*. Bekerja di *coworking space* merupakan alternatif tempat bekerja yang dianggap sesuai dengan pekerja *remote*, karena bisa memilih bekerja sendiri dalam ruang tertutup atau bekerja sama sambil berkolaborasi. Intinya, kerja *remote* sangat cocok bagi yang suka kebebasan saat bekerja, bahkan ada yang berpendapat bahwa *Remote Working* akan bisa menjadi sebuah jalan karier yang luar biasa untuk dijalankan.

Berdasarkan hasil wawancara dan pengamatan nampaknya sebelum covid-19 merebak, fenomena bekerja di *coworking space* sudah merupakan fenomena yang cukup dikenal dan banyak dimanfaatkan oleh para pekerja milenial; terutama para *freelancer* maupun orang-orang muda yang mengelola bisnis *startup*. Karena fenomena CWS memang tidak bisa dipisahkan dengan perkembangan *startups* dan perkembangan teknologi digital. Hal ini juga dibenarkan oleh informan 1, berikut petikan pernyataannya:

“Perkembangan *Coworking Space* sebetulnya tidak bisa dipisahkan dari bagian ekosistem perkembangan *startup* digital di Indonesia. Bicara ekosistem *startup* artinya ada peran dan perkembangan dari berbagai lini terkait, misalnya dari media ada [Tech in Asia](#) & [DailySocial](#), dari sisi *investment* ada banyak bermunculan perusahaan pendanaan atau *Venture Capital (VC)*, ada pula perusahaan yang fokus sebagai *incubator* dan *accelerator* yang memungkinkan untuk bisa terhubung langsung dengan banyak pelaku industri serta investor, ada banyak komunitas *startup* yang tumbuh dan terus berkolaborasi. Semua ini yang kemudian memicu munculnya banyak sekali CWS”.

Selanjutnya dia menambahkan:

“Saya sendiri pernah mencatat sedikitnya ada 25 lebih CWS di Indonesia. Setiap CWS ini pun memiliki cabang. CoHive misalnya, salah satu CWS terbesar di Indonesia, mereka memiliki 26 cabang hanya di Jakarta, belum di kota lain. Pertumbuhan pesat ini tentu karena seiring dengan adanya permintaan yang terus meningkat. Ini tidak terlepas dari pertumbuhan ekosistem *startup* yang sekaligus mempengaruhi kultur bisnis, di mana saat ini bisnis digital di Indonesia sudah memiliki role model seperti Go-Jek, Tokopedia, Traveloka, dll; dari *event* itulah intensitas *networking* terjadi bahkan hingga berlanjut kolaborasi. Ada banyak *startup* yang lahir dari sebuah *event* ataupun kompetisi, misalnya Tanihub”.

Pendapat senada berkaitan dengan perkembangan dunia digital juga dikemukakan oleh informan 2 yang menyatakan bahwa:

“Di era serba digital seperti saat ini, CWS semakin dibutuhkan tanpa harus bertatap muka setiap hari dengan tim kantor selama jaringan internet yang disediakan oleh CWS memadai itu akan sangat membantu apalagi dan terutama untuk seorang influencer atau seorang kreatifpreneur CWS selalu menjadi tempat yang menyenangkan untuk mencari ide”

Sedangkan informan 3, lebih menyoroti pada ruang terbuka, di mana para pekerja muda bisa mengemukakan pendapat secara kritis, karena suasana bekerja di CWS yang bisa dikatakan egaliter, kadang tanpa sekat dan terbuka. Berikut kutipan pendapatnya:

“Untuk generasi ke depan dengan perilaku generasi yang semakin berkembang dan lebih berpikir kritis membutuhkan ruang terbuka untuk menyalurkan pendapat dan pikirannya”.

PEMBAHASAN

Berdasarkan tujuan penelitian, di mana ada tiga tujuan. Pertama mengenai tipe-tipe coworking space yang diidentifikasi ada empat tipe; berdasarkan wawancara dengan informan diperoleh informasi dari informan yang sangat intens bekerja di coworking, bahwa sebenarnya tidak ada perbedaan yang signifikan antara empat tipe CWS tersebut. Akan tetapi informan lainnya mengatakan tipe A, yaitu tipe di mana interaksi sosial sebagai hal yang bermanfaat bagi lingkungan kerja dan iklim kerja, serta kondusif untuk menciptakan peluang bisnis dan informan lainnya mempunyai pengalaman bekerja di coworking tipe C, yaitu tipe di mana ruang coworking yang besar dengan struktur internal yang lebih kompleks dalam arti bahwa ruang tersebut dikelola oleh sekelompok operator dengan peran yang berbeda (mis., Manajer acara / proyek, manajer komunitas, dan manajer pemasaran).

Ada empat model coworking, informan banyak yang menemukan model **Internal Collaboration**, model di mana CWS dibuat khusus untuk karyawan di kantor perusahaan sendiri, yang menyediakan ruang yang fleksibel dan kreatif untuk menyesuaikan dengan berbagai pengaturan pekerjaan.

Analisis berdasarkan nilai-nilai yang ada dalam *coworking*, ada beberapa hal, pertama adalah **nilai komunitas** dalam sebuah *coworking*. *Nilai pertama* adalah: rasa memiliki, ada 2 informan yang setuju dengan nilai tersebut ada dalam *coworking*, akan tetapi seorang informan mengatakan bahwa tidak ada orientasi hingga level tersebut, karena menurut pendapatnya CWS bukan sesuatu yang berdiri sendiri sebagai sebuah “komunitas dengan basis loyalitas”. Tapi mereka menyadari sebagai bagian dari suatu ekosistem *startup* yang mengharuskan terjadinya kolaborasi dengan pihak eksternal. *Nilai kedua*, CWS adalah layanan dua arah sehingga *coworkers* merupakan sebuah komunitas. Diperoleh data bahwa tidak ada nilai komunitas seperti itu karena orientasi CWS adalah berbeda-beda, data yang lain menunjukkan bahwa dalam *coworking* terdapat layanan seperti itu karena para *coworker* bisa saling *sharing*. *Coworkers* bisa bekerja dengan bebas tanpa batas, juga bisa tanpa sekat. *Nilai ketiga*, adalah interaksi sosial dalam CWS. Tidak selalu terjadi interaksi di dalam CWS akan tetapi CWS menyediakan peluang untuk interaksi dan kolaborasi, CWS juga merupakan tempat yang positif untuk *sharing* bahkan membicarakan segala hal tanpa sungkan. *Nilai keempat* adalah Ketersediaan sederhana untuk menghabiskan waktu bersama-sama. Ternyata tidak selalu demikian, karena bagi *coworker* yg datang sendiri, waktu yang dihabiskan untuk bersama-sama dalam artian berdiskusi dengan orang baru, hanya memiliki porsi yang kecil ketimbang porsi waktu bekerja. Bahkan ada yang kurang setuju, karena di CWS terkadang ada keterbatasan waktu untuk *stay* dan berlama-lama di CWS dengan demikian sulit untuk menghabiskan waktu bersama dan lama, akan tetapi informan yang justru membenarkan karena alasan kenyamanan akan lingkungan kerja membuat waktu tidak terasa, sebagai akibatnya mereka banyak menghabiskan waktu bersama dengan *coworkers* lainnya.

Nilai Aksesabilitas. Aksesabilitas yang *pertama* adalah bahwa orang yang datang bekerja di suatu CWS, harus merasa disambut dengan suasana hangat. Tidak selalu demikian, karena setiap CWS punya pendekatan yang berbeda-beda, walaupun tidak selalu demikian, akan tetapi sebaiknya penerimaan CWS kepada klien sebaiknya seperti itu, karena di CWS siapapun memiliki kebutuhan akan tempat yang nyaman untuk menjalankan pekerjaan sesuai profesinya. Informan lainnya

setuju, karena kembali kepada kenyamanan dalam bekerja yang dicari oleh *community*. Nilai asesabilitas *kedua* adalah Aksesibilitas secara keuangan. Maksudnya *coworking space* merupakan sebuah layanan dalam kelompok sosial dan harga sewa meja kerja harus serendah mungkin. Harga sewa CWS sangat relatif, paling murah per jam ada yang 13rb – 25rb, ada yang per hari mulai dari 50rb – 300rb, ada yang per bulan mulai dari 1jt – 8jt, dari sisi bisnis ini tentu sudah sebuah kalkulasi yang *affordable* mengingat setiap harga punya *benefit* masing-masing. Kurang begitu setuju terhadap aksesabilitas keuangan, berdasar pengalaman informan 3 berpindah dari satu CWS ke CWS lainnya memberikan kesan berbeda yang pasti ada uang ada barang. Sementara informan 2 justru setuju dengan asesabilitas keuangan ini, bahkan berharap bisa ditambah untuk jam kerjanya dan juga lebih fleksibel.

Nilai aksesabilitas *ketiga* adalah keterbukaan dalam layanan CWS. Pendapat pertama mengatakan, karena setiap CWS punya orientasi yang berbeda maka mungkin akan menerapkan sistem yang berbeda. Pendapat berikutnya setuju bahwa perlu keterbukaan dalam layanan CWS, karena untuk semakin memudahkan akses yang memang diperlukan. Pendapat lainnya mengatakan benar sekali dengan layanan yang terbuka maka akan memudahkan bagi *community*, dan tentunya sekaligus strategi yang bagus untuk CWS itu sendiri. Nilai asesabilitas *keempat* adalah bahwa CWS harus memiliki aksesibilitas secara fisik bagi penyandang cacat. Karena kebanyakan CWS menempati suatu gedung atau bangunan sewa maka ini akan sangat dipengaruhi oleh desain gedung tersebut. Informan 2 dan 3 sangat setuju dan cukup setuju. Sangat setuju, karena bagi penyandang disabilitas khususnya bagi *freelancer* tempat-tempat seperti CWS bisa menjadi solusi untuk mereka semakin fokus tanpa terganggu dengan fasilitas yang ditempat lain kurang mendukung. Cukup setuju, karena hampir semua fasilitas umum ataupun beberapa kantor konvensional sudah memberikan fasilitas tersebut. Namun, berdasarkan pengalaman hampir semua CWS belum ada fasilitas bagi penyandang disabilitas.

Nilai Kolaborasi. Nilai kolaborasi yang *pertama* adalah *freelancer* dan *entrepreneur* yang biasanya bekerja sendiri-sendiri akan tetapi mereka bisa bekerja bersama di CWS. Jika *freelancer* atau *entrepreneur* tidak sedang memerlukan partner

maka kebanyakan akan menghabiskan waktu bekerja sendiri di CWS. Pendapat lain setuju bahwa CWS bisa menjadi salah satu tempat untuk *entrepreneur* atau *freelancer* untuk bisa lebih fokus, bahkan yang lainnya lagi berpendapat bahwa CWS memberikan wadah untuk para profesional bertemu dan bertukar pikiran secara terbuka. Nilai kolaborasi *kedua* adalah dalam komunitas di *coworking space*, *coworkers* dapat menemukan layanan spesialis yang dibutuhkan. Pendapat informan ada yang mengatakan tidak selalu demikian dengan alasan karena biasanya interaksi yang berlanjut itu terjadi hanya ketika ada yang satu visi dalam bidang *concern* yang sama namun punya *skill* yang saling melengkapi. Informan yang berpendapat kurang setuju untuk layanan yang dimaksudkan, karena tidak semua CWS menyediakan namun kalau untuk setiap *community* bisa berbagi ide satu sama lain sangat setuju. Akan tetapi ada yang justru sangat setuju, bahkan memang di CWS banyak *freelancer-freelancer* yang bergerak di bidang IT, Desain grafis dll. Jadi memungkinkan untuk saling berbagi pengetahuan dan pengalaman. Nilai kolaborasi *ketiga* adalah nilai inti tentang kesediaan individu untuk bekerja dengan orang lain. Kolaborasi termasuk juga dalam arti saling berbagi pengetahuan dan pengalaman. Kolaborasi dan *networking* yang dibayangkan itu sebetulnya bukan terjadi saat *daily working*, ada tapi tidak signifikan. Peluang terjadinya kolaborasi dan *networking* ini kebanyakan berasal dari sebuah *event* atau program inkubasi yang diselenggarakan oleh CWS yang biasanya berkolaborasi dengan berbagai pihak. Kolaborasi dan *networking* kebanyakan tercipta karena suatu *event* yang mempunyai suatu topik tertentu yang pesertanya berada dalam satu *concern* atau minat yang sama, dari suatu *event* itulah intensitas *networking* terjadi bahkan hingga berlanjut kolaborasi. Ada banyak *startup* yang lahir dari sebuah *event* ataupun kompetisi, misalnya Tanihub. Salah satu kelebihan CWS adalah bisa bertemu dengan orang-orang yang secara profesi berbeda dan pada akhirnya jika cocok bisa menjadi *partner* dalam berkolaborasi menciptakan karya atau usaha bersama-sama. Kolaborasi bisa dimulai dari bertukar pikiran dan pembahasan segala macam hal tanpa ada batasan bisa memulai kerja sama atau bisnis baru.

Demikian berbagai tipe, model dan nilai-nilai yang ada dalam suatu CWS, yang merupakan tempat bekerja saling berkolaborasi dan merupakan bisnis baru yang

cocok dengan gaya hidup para milenial dan kecenderungan pekerja di era digital ini yang tidak selalu membutuhkan kantor konvensional dengan jam kerja yang *nine to five*, di mana bagi sebagian besar pekerja kreatif merupakan batasan yang bisa mengurangi kreativitas mereka. Selain itu banyak pekerja di era digital yang lebih mengandalkan bekerja secara *online* atau virtual yang tidak dibatasi oleh ruang dan waktu. Kehadiran coworking space merupakan alternatif bagi mereka, terutama karena selain menyediakan tempat CWS menyediakan fasilitas kantor yang dibuthkan seperti halnya kantor konvensional.

LUARAN

Hasil penelitian ini direncanakan untuk dipublikasikan pada dua opsi, yaitu pada prosiding internasional atau dipublikasikan pada jurnal nasional yang terakreditasi SINTA 3 atau 4 (seperti Jurnal Jarkom, Jurnal Perspektif, Jurnal Pustakom

DAFTAR PUSTAKA

- Cabral, Victor Abreu & Willem van Winden (2016). Coworking: An analysis of coworking strategies for interaction and innovation. *A working paper*. DOI: 10.13140/RG.2.1.4404.5208 er.
- Cresswell JW (2013). *Research Design, Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta (ID): Pustaka Pelajar
- Gandini, Alessandro (2015). The rise of coworking spaces: *A literature review*. www.ephemerajournal.org volume 15(1): 193-205
- Ivaldi, Silvia, Ivana Pais, and Giuseppe Scaratti (2018). Coworking(s) in the Plural: Coworking Spaces and New Ways of Managing. www.researchgate.net DOI: 10.1007/978-3-319-66038-7_11
- Kriyantono, Rachmat (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : kencana Prenada Media Group
- LaSalle IP, Jones Lang, Inc. (2018). *A New Era of Coworking*
- Neuman WL (2016). *Metodologi Penelitian Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Edisi 7. Jakarta (ID): Indeks
- Spinuzzi, C. (2012). Working alone together coworking as emergent collaborative activity. *Journal of Business and Technical Communication*, 26(4), 399–441.
- Sugiyono (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif-Kualitatif dan R&D*. Bandung : Penerbit Alfabeta
- Tadashi, Uda (2013). What is Coworking? : A Theoretical Study on the Concept of Coworking. *SSRN Electronic Journal*. DOI: 10.2139/ssrn.2937194
- Yin, Robert K.(1997). *Studi Kasus (Desain dan Metode)*. Jakarta (ID):RajaGrafindo Persada.
- Uda Tadashi. 2013. What is Coworking? : A Theoretical Study on the Concept of Coworking. *SSRN Electronic Journal*. DOI: 10.2139/ssrn.2937194
- Silvia Ivaldi, Ivana Pais, and Giuseppe Scaratti 2018. Coworking(s) in the Plural: Coworking Spaces and New Ways of Managing. www.researchgate.net DOI: 10.1007/978-3-319-66038-7_11

Spinuzzi, C. (2012). Working alone together coworking as emergent collaborative activity. *Journal of Business and Technical Communication*, 26(4), 399–441.

Jones Lang LaSalle IP, Inc. (JLL) 2018. A new era of coworking

Victor Abreu Cabral & Willem van Winden 2016. Coworking: An analysis of coworking strategies for interaction and innovation. *A working paper*. DOI: 10.13140/RG.2.1.4404.5208 er.

Alessandro Gandini 2015. The rise of coworking spaces: A literature review. www.ephemerajournal.org volume 15(1): 193-205