
FENOMENA BEKERJA DI *COWORKING SPACE* PADA ERA DIGITAL

Aminah Swarnawati¹ Agus Hermanto² Istisari Lageni³

¹Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, universitas Muhammadiyah Jakarta

^{2,3}Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Jakarta

Email: aminah.swarnawati@umj.ac.id

Kata kunci :

Coworking Space,
era Digital,
Kolaboratif

Abstrak

Penelitian mengenai ruang kerja bersama ini dilatarbelakangi oleh maraknya ruang kerja bersama di seputar Jakarta dan Tangerang Selatan dan beberapa kota besar lainnya di Indonesia. Fenomena ini menarik, karena merupakan gejala baru dari cara bekerja orang-orang pada masa kini, khususnya pekerja milenial. Kehadiran *coworking space* beriringan dengan munculnya *stars up*. Tujuan dari penelitian adalah: 1) Mengidentifikasi tipe-tipe *Coworking Space* 2) Menganalisis nilai-nilai yang ada pada *coworking space*. dan 3) Menganalisis nilai-nilai dalam *coworking space*. Konsep dan teori yang mendukung adalah mengenai tipe-tipe *coworking space* dan nilai-nilai yang ada pada *coworking space* yang berkaitan dengan pentingnya komunikasi dan kolaborasi. Penelitian dengan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi ini dilakukan dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam dengan tiga orang informan dan dua informan pembanding sebagai triangulasi sumber, serta teknik observasi dan dokumentasi. Teknik analisis adalah analisis data kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tipe yang paling sering dijumpai adalah tipe infrastruktur dan jaringan dan Model *coworking space* yang banyak dikenal adalah model kolaborasi internal (*internal collaboration* Nilai-nilai Dalam nilai-nilai CWS, Keenam unsur nilai-nilai ada dalam CWS, sangat bergantung pada kebutuhan dan waktu dari para *coworkers* pada saat bekerja di CWS.

Keywords :

Coworking Space,
Digital Era,
Collaboration

Abstract

Study regarding this co-working space is motivated by the rise of co-working spaces around Jakarta and South Tangerang and several other big cities in Indonesia. This phenomenon is interesting, because it is a new symptom of how people work today, especially millennial workers. The presence of coworking space goes hand in hand with the emergence of stars up. The aims of the research are: 1) Identify the types of Coworking Space. 2) Analyzing the values that exist in coworking space, and 3) Analyze the values in Coworking space. The supporting concepts and theories are regarding the types of coworking spaces and the values that exist in coworking spaces related to the importance of communication and collaboration. Research with a qualitative approach using phenomenological methods was carried out using data collection techniques through in-depth interviews with three informants and two

comparison informants as source triangulation, as well as observation and documentation techniques. The analysis technique is qualitative data analysis. The results showed that the type that was most often found was type infrastructure and network. And the coworking space model that is widely known is the internal collaboration model (internal collaboration). The six elements of values exist in CWS, very much depending on the needs and time of the coworkers when working at CWS.

PENDAHULUAN

Di era milenium ketiga ini banyak perubahan yang terjadi dalam tatanan kehidupan manusia, mulai dari cara berkomunikasi, cara bekerja, cara berbelanja, 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, saat ini karena perangkat telepon pintar dilengkapi dengan kamera yang beresolusi tinggi mampu menghasilkan foto yang bagus, secara umum orang-orang tidak lagi membutuhkan jasa cuci cetak foto.

Cara orang melakukan pekerjaan juga mengalami perubahan, selain disrupsi digital juga karena disrupsi *pandemic* covid-19. Saat ini orang bekerja tidak harus di kantor, karena ada pekerjaan yang bisa dilakukan di mana

saja (*working from anywhere*), 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 Indonesia secara umum dan di jabodetabek secara khusus mulai menjadi alternatif bagi para *freelancer* atau pengusaha *start-up*.

Perkembangan startup di Indonesia cukup pesat, setiap bulan banyak bermunculan startup-startup baru di Indonesia. Startup merupakan industri rintisan dengan organisasi yang dirancang untuk menemukan model bisnis baru yang menghasilkan keuntungan besar (Blank, 2014). Ries (2011) berpendapat bahwa startup adalah sebuah organisasi yang diciptakan untuk membuat produk atau layanan baru dan inovatif dalam sebuah kondisi ketidakpastian yang tinggi di luar kemapanan dan ketidakpastian.

Beberapa penelitian dengan objek penelitian *coworking space*, antara lain dilakukan oleh Refyanti Dwi Pramedesty *et.al* (2018), yang menemukan bahwa besarnya daya tarik sebuah co-working space bagi para pengguna di bidang industri kreatif, diperlukan adanya kombinasi serta perpaduan antara kelengkapan fasilitas-fasilitas yang disediakan oleh penyedia jasa dan juga value komunitas yang dapat ditawarkan oleh co-working space kepada penyewa. Spinuzzi, C. (2012). Membahas mengenai *coworking* yang bekerja sendiri tetapi bersama (*working alone together*) sebagai munculnya aktivitas kolaboratif. Alessandro Gandini (2015) melakukan *literature review* mengenai bermunculannya *coworking space*. Cabral & Winden (2016). Dalam penelitiannya menganalisis strategi Coworking untuk interaksi dan inovasi. LaSalle IP, Jones Lang, Inc. (2018), mengkaji mengenai era baru *coworking*. Penelitian ini mengisi gap dalam kajian ini yang lebih memfokuskan pada kajian komunikasi dalam interaksi yang terjadi di antara para *coworking* yang bekerja bersama. Penelitian Kandanu asyhar (2016) menemukan bahwa *coworking space* banyak diminati dan populer di kalangan pekerja independen, seperti wirausahawan, wiraswasta, dan *startup*.

Adapun yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah: 1) Mendeskripsikan tipe-tipe *coworking space*, dan 2). Mengetahui strategi interaksi dalam *coworking space* dan 3) Menganalisis nilai-nilai dalam *coworking space*

TINJAUAN PUSTAKA

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, atau suatu perusahaan yang bergerak di bidang bisnis, khususnya *start-up* (bisnis rintisan).

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. di mana para *freelancers*, pengusaha kecil atau anggota organisasi yang memiliki pekerjaan terpisah berbagi tempat kerja dan bekerja sama secara fleksibel dalam satu situasi sambil berkomunikasi secara timbal balik.

Ruang kerja bersama diinterpretasikan sebagai tempat bagi para *freelancers* dan *independent workers* untuk saling mengakses dengan tujuan saling membina dalam praktik jaringan kerjasama dan interaksi (Capdevila, 2015).

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. Secara praktis dipahami sebagai fasilitas penyewaan kantor di mana para pekerja menyewa meja dan koneksi *wifi*, 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).

I. 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).

a. Infrastructure Coworking Space

Dalam model ini, interaksi sosial 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.

b. *Relational Coworking Space*

Di ruang kerja bersama, tujuan utama adalah 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*, 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.

c. *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.

d. *Welfare Coworking*

Dalam CWS tipe ini, pengelola merancang struktur kerja bersama sebagai respon 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.

2. **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. **Manajemen Sebagai Penghubung:**

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.

2. *Regulating the mix of workers:*

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.

3. *Interior design for interaction:*

Desain ruang bersama, ada ruang yang terbuka dan ruang yang terpisah. Berbagai jenis tata ruang menyebabkan berbagai jenis interaksi. Lokasi meja seseorang memainkan peran penting dalam memfasilitasi interaksi antar *coworker*. *Coworker* yang meja kerjanya berada di ruang terbuka, karena orang sering melewati mejanya, maka interaksi terjadi secara teratur dan mudah, hal tersebut tidak terjadi dengan yang menyewa ruang kantor secara terpisah.

4. *Tools for networking:*

Ada berbagai alat untuk membujuk jaringan, 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 *coworker* mengatakan bahwa

kebijakan makan siang gratis dan acara komunitas memainkan peran besar dalam mendukung perilaku berjejaring.

3. **Nilai-Nilai Dalam *Coworking Space***, menurut Stumpf (2013):

1. Komunitas:

Memiliki komunitas yang kuat dan memberi rasa memiliki adalah nilai yang penting dalam *coworking space*. Faktor keberhasilan *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. 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.

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 kesediaan 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. Kesediaan 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 ada yang akan mencuri, 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 selalu kreatif dan sikap tersebut 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.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan kepada para pekerja yang pernah memanfaatkan *coworking space* di Jakarta dan Tangerang Selatan. Pemilihan tempat dengan alasan karena Jakarta dan Tangerang Selatan termasuk kota di mana fenomena bekerja di *coworking space* cukup menggejala.

Pendekatan penelitian adalah kualitatif, riset kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya. (Kriyantono, 2010). Penelitian kualitatif lebih mengandalkan prinsip-prinsip dari ilmu sosial interpretatif atau kritis dibandingkan dengan positivistik (Neuman, 2016). Metode penelitian menggunakan studi fenomenologi, yaitu mencari pemahaman mendalam, serta berusaha memahami arti peristiwa dan kaitannya dengan orang-orang yang berada dalam situasi tertentu. Studi dengan pendekatan fenomenologi berupaya untuk menjelaskan makna pengalaman hidup sejumlah orang tentang suatu konsep atau gejala.

Informan adalah para pengguna jasa atau pernah menggunakan jasa *coworking space* berjumlah tiga orang,

terdiri dari: dua orang laki-laki dan seorang perempuan. Profesi Informan pertama adalah seorang *freelancer project digital* (*web development, digital marketing* dll); Informan kedua, berprofesi sebagai wirausaha *stars-up*, sekaligus seorang *bussiness Development*, dan manager operational. Informan ketiga, seorang perempuan yang berprofesi sebagai *Bussines Development Specialist*. Teknik pengambilan informan adalah secara purposive, yaitu pernah berpengalaman memanfaatkan *coworking space* dalam pekerjaannya.

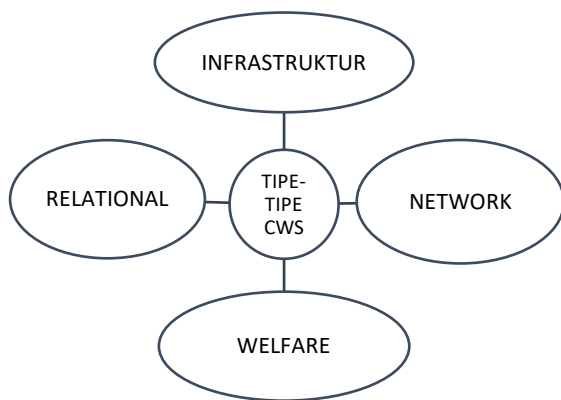
Teknik pengumpulan data dengan wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data secara kualitatif, data yang terkumpul melalui wawancara mendalam, diklasifikasikan ke dalam kategori-kategori tertentu. Kategori tersebut sesuai dengan dimensi dan aspek yang digali, berdasarkan jawaban informan, yaitu jawaban atas tipe-tipe *coworking space*, strategi interaksinya dan nilai-nilai dalam *coworking space*.

PEMBAHASAN

Tipe-Tipe Coworking Space

Berdasarkan wawancara dengan informan diperoleh informasi dari informan yang sangat intens bekerja di *coworking*

space, bahwa sebenarnya tidak ada perbedaan yang signifikan antara empat tipe CWS. Akan tetapi informan lainnya mengatakan tipe *Structure*, yaitu tipe di mana interaksi sosial sebagai hal yang bermanfaat bagi lingkungan kerja dan iklim kerja, serta kondusif untuk menciptakan peluang bisnis lebih sering dijumpai. dan informan lainnya mempunyai pengalaman bekerja di *coworking* tipe *Network*, 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).



Gambar 1: Tipe-Tipe CWS
(Sumber: Penulis, 2023)

Informan penelitian mengenal tipe Infrastruktur dan jaringan/network, informan lainnya berpendapat bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan berdasarkan pengalamannya berkerja pada banyak CWS. Pengalaman dari

ketiga informan, mereka belum menjumpai tipe *welfare*, padahal ini merupakan tipe yang ideal dalam membahas dan mencari solusi masalah sosial budaya yang memengaruhi masyarakat, misalnya isu pekerja perempuan, isu lingkungan hidup, isu pengangguran dan lainnya.

Strategi Interaksi *Coworking Space*

Pertama, Pengelola CWS bisa menjadi jembatan interaksi antara para *coworker* yang menggunakan CWS untuk bekerja, terutama bagi pekerja yang membutuhkan jaringan untuk kolaborasi, strategi ini merupakan strategi *Management as connector*. Berdasarkan hasil penelitian ada CWS yang menjalankan fungsi ini, akan tetapi informan penelitian belum pernah menjumpai secara langsung.

Kedua, strategi *Regulating the mix of workers*: Tidak ada kebijakan spesialisasi mengenai latar belakang profesional

Nilai-Nilai Dalam *Coworking Space*

Ada beberapa hal, pertama adalah **nilai komunitas** dalam sebuah *coworking*. *Nilai pertama* adalah: rasa memiliki, ada 2 informan yang setuju bahwa nilai tersebut ada dalam *coworking*, akan tetap 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 para *coworking* 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, pendapat 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 *coworkers* yang datang sendiri, waktu yang dihabiskan untuk bersama-sama dalam artian berdiskusi dengan orang baru, hanya memiliki porsi yang kecil dibandingkan porsi waktu bekerja.

Bahkan ada yang kurang setuju, karena di CWS terkadang ada keterbatasan waktu untuk tinggal/*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 Aksesibilitas, aksesibilitas yang *pertama* adalah bahwa orang yang datang bekerja di suatu CWS, harus merasa disambut dengan suasana hangat. Kenyataannya tidak selalu demikian, karena setiap CWS punya pendekatan yang berbeda-beda, walaupun sebaiknya penerimaan CWS kepada klien 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 aksesibilitas *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 aksesabilitas 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 aksesabilitas *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. 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.



Gambar 2: Enam Nilai Dalam CWS
(Sumber: Penulis, 2023)

Keenam unsur nilai-nilai tersebut ada dalam CWS, menurut pengalaman informan, akan tetapi sangat bergantung pada kebutuhan dan waktu dari para *coworkers* pada saat bekerja di CWS. Sehingga tidak selalu terjalin interaksi dan komunikasi yang mengarah pada

kolaborasi. Bagi yang intens bekerja di CWS dan bertemu dengan sesama *coworkers* dalam frekuensi yang sering dan memiliki profesi di bidang yang sama atau saling melengkapi bisa sampai pada level kolaborasi.

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 dibutuhkan seperti halnya kantor konvensional.

SIMPULAN

Simpulan dari penelitian ini adalah bahwa dikenal tipe CWS yang infrastruktur dan jaringan, yang relational juga dijumpai karena dekat

dengan tipe jaringan, karena sebenarnya tidak ada tipe yang sangat berbeda, karena tipe yang ada mirip satu sama lain. Dalam identifikasi tipe ini tidak dijumpai tipe *welfare*.

Model *coworking space* yang banyak dikenal adalah model kolaborasi internal (*internal collaboration*). Mengenai nilai-nilai yang ada dalam *coworking space* hampir semua unsur nilai ada, akan tetapi hanya terjadi pada komunitas tertentu, terutama yang frekuensi dan intensitas memanfaatkan CWS sebagai tempat kerja tinggi. Pada orang-orang dengan frekuensi dan intensitas yang tinggi bisa terbentuk komunitas, karena terjadi interaksi dan komunikasi yang menciptakan keterbukaan, apabila tingkat aksesabilitasnya juga tinggi maka terjadilah kolaborasi.

Komunitas yang terbentuk karena kesamaan bidang kerja, atau saling melengkapi. Komunikasi kelompok merupakan jenis komunikasi yang berkembang, selain komunikasi pemasaran karena para *coworker* bisa saling mempromosikan produk mereka.

DAFTAR PUSTAKA

Asyhar, Kandanu (2016). Memahami Coworking Space (Ruang Kerja Bersama) Sebagai Konsep Baru Tempat Bekerja (Sudi Pada

- Coworking Space Di Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*. 7(2)
- Blank, S. (2014). What's A Startup? First Principles. *Nature Reviews Drug Discovery*, 13(8), 570–570.
- 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.
- 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 (2010). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : kencana Prenada Media Group
- LaSalle IP, Jones Lang, Inc. (2018). *A New Era of Coworking*.
- Neuman, W. Lawrence (2016). *Metodologi Penelitian social: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Jakarta: PT Indeks.
- Pramedesty, Refyanti Dwi, Djoko Murdowo, Irwan Sudarisman, dan Andreas D. Handoyo (2018). *Co-Working Space* Sebagai Solusi Kebutuhan Ruang Kerja Berdasarkan Karakteristik Starup Kreatif. *Jurnal Idealog* 3(1): 50-60
- Ries, E. (2011). *The lean startup: How today's entrepreneurs use continuous innovation to create radically successful businesses*. New York: Crown Business.
- Spinuzzi, C. (2012). Working alone together coworking as emergent collaborative activity. *Journal of Business and Technical Communication*, 26(4), 399–441.
- Stumpf, Christian (2013). *Creativity & Space The Power of Ba in Coworking Spaces*. Zeppelin Universität
- Tadashi, Uda (2013). What is Coworking? : A Theoretical Study on the Concept of Coworking. *SSRN Electronic Journal*. DOI: 10.2139/ssrn.2937194