

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sejak merebaknya pandemi Covid-19 di Indonesia pada awal tahun 2020, penyebaran Covid-19 cukup pesat di Indonesia sehingga memberikan dampak yang sangat luar biasa dalam berbagai sektor kehidupan Indonesia khususnya dalam aspek kesehatan, sosial, ekonomi, termasuk didalam keberlangsungannya dunia usaha dan ketenagakerjaan. Selama pandemi Covid-19 berlangsung, orang-orang berada di rumah untuk mengurangi penyebaran virus. Aktivitas normal seperti sekolah, bekerja di kantor, dll dilakukan di rumah masing-masing secara *online*. Hal ini menyebabkan terjadinya peningkatan penggunaan *internet* secara pesat baik dalam bidang edukasi, marketing, bekerja, dan banyak bidang lainnya. Menurut Sekretaris Jenderal APJII Henri Kasyfi Soemartono hasil survei yang telah dilakukan tentang Pengguna *Internet* Indonesia 2019-2020 menyatakan bahwa Saat ini pengguna *internet* di Indonesia berjumlah sebesar 73,7 persen, dan naik dari 64,8 persen dari tahun 2018. Dan menurut Sekjen APJII, pengguna internet diperkirakan sebanyak 196,7 juta pengguna diperhitungkan berdasarkan jumlah populasi Indonesia tahun 2019 dari hasil proyeksi Badan Pusat Statistik (BPS).

Salah satu industri yang memiliki peluang dalam kondisi pandemi Covid-19 adalah industri kreatif, dimana jumlah kebutuhan media digital khususnya dunia *marketing* yang semakin meningkat sejak merebaknya pandemi Covid-19. Ditengah meningkatnya pengguna *internet* Indonesia terjadi juga peningkatan dalam dunia *digital marketing* sehingga munculnya sebutan *content creator* yang merupakan orang-orang yang membuat konten dalam sebuah platform dengan tujuan memberikan informasi maupun promosi. Profesi sebagai *content creator* merupakan salah satu bidang industri kreatif yang cukup baru yang diciptakan oleh media sosial. *Content creator* dalam bidang *digital marketing* sendiri dapat dibagi menjadi beberapa profesi dispesifikan lagi, seperti *selebgram*, *youtuber*, *endorser*, fotografer, dan masih banyak lainnya (MLDSPOT, 2017).

Berangkat dari permasalahan ini, perancangan *Co-working space* muncul sebagai tempat bekerja dimana *co-working space* ini menyediakan fasilitas lengkap untuk para *content creator*, dimana meningkatnya jumlah orang yang berprofesi sebagai *content creator* namun tidak memiliki fasilitas. Menurut Janet Pogue-McLautin, setelah pandemi seseorang akan lebih menginginkan sebuah area kerja yang lebih luas dengan jarak yang lebih antara manusia dimana pemikiran *social distancing* telah tertanam pada diri manusia. Karena itu perancangan *Co-working space* akan dibuat dengan adaptasi dari *new normal* yang dirancang khusus dengan melakukan peninjauan kembali rencana tata ruang yang disebabkan terjadinya perubahan *personal space* manusia yang telah terbiasa dengan *social distancing*.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, masalah yang dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Selama pandemi Covid-19, terjadi peningkatan jumlah orang yang bekerja sebagai *content creator* dikarenakan kebutuhan media digital yang semakin meningkat.
2. Kurangnya tempat bekerja bagi seorang *content creator* yang nyaman dan kondusif pada situasi pandemi Covid-19.
3. Perubahan *personal space* disesuaikan dengan era *new normal* untuk kenyamanan user.

1.3 Ide Gagasan

Perancangan interior *Co-working space* ini dibuat dengan mengadaptasi suatu kebiasaan baru di era *new normal* dengan memprioritaskan kenyamanan *user* setelah pandemi berlalu. *Co-working space* ini dirancang khusus untuk para *content creator* di Bandung dengan menyediakan fasilitas berdasarkan kebutuhan dari profesi atau komunitas didalamnya. Perancangan ini dibuat agar dapat menjadi wadah para *content creator* untuk menghabiskan waktu secara efektif dalam melakukan kegiatan bekerja, berkumpul, serta mendidik.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah, maka dapat disusun rumusan masalah antara lain:

1. Bagaimana membuat fasilitas yang dinamis untuk para *content creator*?
2. Bagaimana membuat sebuah *co-working space* untuk *content creator* yang nyaman dengan penyesuaian pada situasi pandemi Covid-19.
3. Rencana tata ruang dan *furniture* seperti apakah yang telah disesuaikan dengan perubahan *personal space* di era *new normal* untuk kenyamanan *user*?

1.5 Tujuan Perancangan

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan perancangan yang akan dicapai adalah:

1. Membuat fasilitas yang dinamis dalam sebuah *co-working space* untuk mendukung para *content creator* dalam bekerja.
2. Membuat sebuah *co-working space* yang nyaman untuk *content creator* dengan penyesuaian pada situasi pandemi Covid-19.
3. Membuat rencana tata ruang dan *furniture* yang telah disesuaikan dengan perubahan *personal space* di era *new normal* untuk kenyamanan *user*.

1.6 Manfaat Perancangan

Manfaat perancangan “*Co-working space* pada era *new normal*” ini adalah:

1. Bagi pengguna pengunjung

Terdapat fasilitas yang dapat diakses oleh pengunjung seperti *photo studio*, *meeting room*, dan *café*. Perancangan *Co-working space* ini bertujuan untuk membuat pengunjung mendapatkan tempat yang tidak hanya menarik dari segi desain interior namun nyaman untuk berinteraksi dan melakukan kegiatan dalam situasi pandemi Covid-19.

2. Bagi pekerja

Pekerja akan mendapatkan fasilitas *private office* profesional yang nyaman dengan kesan non-formal. Terdapat *meeting room*, *lounges*, ruang studio foto dan recording yang dapat diakses untuk mendukung kegiatan dalam bekerja.

1.7 Ruang Lingkup Perancangan

Pada proyek perancangan ini focus utama akan diarahkan pada, pertama yaitu area *Co-working space*. Area *Co-working* akan dibagi menjadi 2 area yaitu *Co-working public* dan *Co-working private*. area *Co-working public* memiliki sifat yang tidak terlalu formal sehingga bisa digunakan sebagai tempat untuk bekerja, berkumpul, dan berinteraksi sosial. Sedangkan *Co-working private* sifatnya lebih formal dan difungsikan sebagai tempat meeting dan tempat bekerja dengan suasana nyaman dan sepi.

Total luas area *Co-working public* = $\pm 1500 \text{ m}^2$

Total luas area *Co-working private* = $\pm 800 \text{ m}^2$

Area kedua yaitu *studio* yang difungsikan sebagai tempat untuk tempat merekording video dan tempat mengambil foto.

Total luas *studio* = $\pm 300 \text{ m}^2$

Area ketiga yaitu kafe yang difungsikan sebagai tempat istirahat dan makan untuk pengguna *Co-working space*.

Total luas cafe = $\pm 800 \text{ m}^2$

1.8 Sistematika Penulisan

Bab 1 PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang informasi umum yaitu Latar Belakang, Identifikasi Masalah, Ide Gagasan, Rumusan Masalah, Tujuan Perancangan, Manfaat Perancangan dan Sistematika Penulisan

Bab 2 STUDI LITERATUR TENTANG CO-WORKING SPACE & ISU NEW NORMAL

Bab ini berisikan informasi yang diambil dari kutipan buku, yang berupa pengertian dan definisi. Bab ini juga menjelaskan konsep dasar sistem, konsep dasar informasi,

konsep dasar informasi, konsep dasar sistem informasi, dan definisi lainnya yang berkaitan dengan sistem yang dibahas

Bab 3 DESKRIPSI PROYEK DAN PROGRAM PERANCANGAN *CO-WORKING SPACE* PADA ERA *NEW NORMAL*

Bab ini menjelaskan hal yang berkaitan dengan *Co-working space*. Hal terkait yang dijelaskan adalah pemilihan material, pemilihan bentuk, dll.

Bab 4 APLIKASI KONSEP TERHADAP PERANCANGAN *CO-WORKING SPACE* UNTUK *CONTENT CREATOR* DI ERA *NEW NORMAL*

Bab ini berisikan aplikasi konsep terhadap desain yang akan diterapkan pada interior bangunan.

Bab 5 SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan hasil kesimpulan dan saran dari keseluruhan laporan.

