

PERANCANGAN RUANG BEKERJA KREATIF MASA DEPAN

Elysa Yuanita Simahendali
Imaniar Sofia Asharhani*
Alfonsus Grandy Wiranata

Department of Architecture
Universitas Pradita
Indonesia

Published: 2023-04-30
Submitted: 2023-02-26
Accepted: 2023-04-11

ARSNET, 202x, Vol. 3, No. 1, 62-77
DOI: 10.7454/arsnet.v3i1.67
ISSN 2777-0710 (online)
ISSN 2777-0702 (print)

Abstrak

Tulisan ini membahas tentang perancangan ruang bekerja dengan tipologi *creative hub* berbasis karakter generasi masa depan. Perubahan ruang bekerja dipengaruhi oleh tren demografis yang merubah masyarakat secara umum dan kemajuan teknologi yang memudahkan komunikasi. Pada tahun 2020-2030, diperkirakan usia produktif yang siap untuk bekerja akan didominasi oleh generasi milenial. Isu permasalahan muncul saat ruang bekerja konvensional saat ini tidak lagi sesuai dengan karakter generasi tersebut. Melalui eksplorasi tipologi berbagai desain ruang bekerja di Jakarta, Bogor, dan Bandung, tulisan ini bertujuan untuk memperlihatkan bagaimana perancangan sebuah ruang bekerja di masa mendatang mampu mendukung karakter pekerja dalam berbagai aspek, yakni aspek *collective*, *community*, *connected*, *costumization*, dan *confidence*. Penelusuran terhadap aspek-aspek tersebut memengaruhi prinsip bekerja, gaya bekerja, preferensi tata ruang, serta minat industri dalam bekerja yang kemudian menjadi kriteria untuk mengembangkan *creative hub* sebagai pusat kegiatan kreatif. Tulisan ini mengulas perancangan *creative hub* yang menyenangkan dan ceria sebagai ruang ideal bagi pekerja di masa mendatang sebagai kontribusi terhadap perancangan ruang bekerja di masa depan.

Kata kunci: future generation, perancangan ruang bekerja, creative hub, eksplorasi tipologi

Correspondence Address: Imaniar Sofia Asharhani, Scientia Business Park, Jl. Gading Serpong Boulevard No. 1, Curug Sangereng, Kelapa Dua, Tangerang, Banten, Indonesia. Email: imaniar.sofia@pradita.ac.id

Abstract

This article discusses the development of the workspace design of a creative hub based on the characters of the future generation. Workspace changes are influenced by demographic trends and technology that alter society as a whole. In 2020-2030, it is expected that the productive working generation will be dominated by the millennial. However, the current conventional workspace is not suited to the character of such a generation. Through typological exploration of various creative workspaces in Jakarta, Bogor, and Bandung, this article aims to demonstrate how future workspaces accommodate various aspects of working, from collective, community, connected, customization, and confidence. Investigations towards such aspects shape the working principles, working lifestyle, and space organisation preferences that influence the development criteria of a creative hub as a centre of creative working activities. This article discusses a playful creative hub design as an ideal working space for future generations, as a contribution towards future workspace design.

Keywords: future generation, workspace design, creative hub, typological exploration

Pendahuluan

Tulisan ini berupaya menelusuri pergeseran proses dan ruang bekerja pada generasi masa datang dan bagaimana pergeseran tersebut menginformasikan proses perancangan. Gaya hidup diekspresikan dengan aktivitas, minat, dan opini (Kotler & Keller, 2008) membentuk kebutuhan ruang arsitektural yang sesuai dengan aktivitas dan minat. Pengaturan ruang bekerja dan kebijakan ketenagakerjaan yang lebih fleksibel menjadi hal penting bagi pekerja generasi mendatang yang perlu dipertimbangkan oleh perusahaan dan organisasi (Gillen, 2019). Data pada tahun 2020–2030 memperkirakan bahwa 70% usia produktif yang siap untuk bekerja adalah generasi Y atau milenial (Sebastian et al., 2016).

Budaya kolaborasi adalah sistem kepercayaan bersama yang sangat menghargai dan menumbuhkan praktik bekerja secara kolektif untuk meningkatkan kinerja, pembelajaran, dan kemampuan beradaptasi pada suatu organisasi. Dengan menerapkan kolaborasi pada suatu organisasi, antara lain dengan cara merencanakan tindakan bersama di masa depan dan memberikan dukungan moral untuk jangka panjang, maka proses ini akan mengkatalisasi penciptaan perubahan sosial yang lebih luas (Glavas et al., 2006).

Penulisan ini bertujuan untuk menghasilkan sebuah rancangan ruang bekerja kreatif yang dapat meningkatkan produktivitas pekerja dengan menerapkan karakter generasi mendatang, khususnya generasi milenial dengan cara membandingkan beberapa tipe *creative hub* di Indonesia. Penelusuran tipologi ruang bekerja dilakukan untuk mengetahui kesesuaian kebutuhan generasi mendatang dalam bekerja, yang meliputi beberapa aspek seperti kenyamanan bekerja, kedekatan komunitas, kegiatan kolaboratif, dan proses desain kreatif. Berdasarkan penelusuran studi kasus berbagai tipe ruang bekerja untuk generasi mendatang tersebut, studi ini kemudian mengulas terkait pengembangan desain dalam perancangan pada suatu konteks pekerja kreatif urban sebagai sintesis perancangan dari masalah yang ditemukan.

Penelusuran perkembangan ruang bekerja dan karakter pekerja

Karakteristik generasi milenial Indonesia terdiri atas beberapa hal yang berpengaruh terhadap aspek arsitektural, yaitu (1) *collective* atau penekanan terhadap kegiatan yang bersifat kolaboratif, (2) *customization* yaitu terkait kebebasan dalam berkreasi, (3) *community* atau preferensi berkomunitas dalam berbagai perubahan sosial, (4) *connected* yaitu kebutuhan akan banyak koneksi baru dengan dunia luar, dan (5) *confidence* yaitu terkait keberanian untuk mengekspresikan diri di depan publik (Sebastian et al., 2016). Selain kelima karakter tersebut, terdapat pula karakter lain yaitu terkait preferensi terhadap akses ketimbang kepemilikan (*ownership*). Generasi mendatang melihat bahwa dibanding memiliki aset ataupun barang, akan lebih tidak beresiko jika mereka menyewa, berlangganan, atau berbagi dengan orang lain, terutama karena milenial menginginkan kebebasan dalam hidup (Yuswohady et al., 2019).

Berdasarkan karakter-karakter tersebut, dapat dilihat pada Tabel 1 yang membandingkan perubahan berdasarkan prinsip bekerja, gaya bekerja, dan preferensi tata ruang bekerja dari masa generasi *baby boomers* (1946–1964), *Gen X* (1965–1970), dan milenial (1980–2000).

	Baby Boomers	Gen X	Milenial
Prinsip bekerja	<i>Live to work</i>	<i>Work-life balance</i>	<i>Work to live</i>
Gaya bekerja	Urusan pekerjaan dan rumah masih bercampur	Mampu memisahkan waktu bekerja dengan urusan pribadi	Menggabungkan pekerjaan dan kesenangan atau hiburan
Tata ruang	<i>Closen plan office</i>	<i>Closed plan office</i>	<i>Open plan office</i>

Tabel 1. Komparasi aspek bekerja (Diaptasi dari Parengkuan & Tumewu, 2020; Sedarmayanti, 2009; Tan & Suherman, 2020)

Tata ruang bekerja juga berkembang menyesuaikan perilaku manusia dari tahun ke tahun menjadi semakin fleksibel, berkesan tidak baku, dan berfokus pada keberlanjutan aktivitas di dalamnya (Liu, 2012). Generasi milenial menekankan pada cara berpikir yang *out of the box*, menghasilkan potensi besar dalam ide-ide kreatif dengan nilai komersil dalam kemajuan suatu perusahaan. Kreativitas yang hadir difokuskan pada pengembangan konsep pembuatan produk atau jasa dengan ide baru yang bernilai dan berdaya guna. Tak hanya itu, terdapat preferensi untuk melakukan *multitasking* (Parengkuan & Tumewu, 2020) sehingga fleksibilitas menjadi penting. Ruang bekerja kreatif (*creative office space*) menjadi relevan dalam mempromosikan kreativitas, fleksibilitas, dan kolaborasi. Karakter generasi mendatang mengapresiasi komunitas yang tumbuh dan berkembang ditengah kehidupan masyarakat dalam suatu lingkungan. Ruang bekerja kreatif menjadi relevan karena komunitas kreatif akan datang ke suatu tempat di mana kreativitas mereka dapat diterima (Dewi, 2016). Kegiatan bekerja dengan cara yang lebih modern dan kreatif dianggap juga tidak akan mengurangi kualitas dan produktivitas pekerja.

Berdasarkan penelusuran perkembangan ruang kerja dan karakter berbagai generasi, tulisan ini mengangkat eksplorasi perancangan *creative hub* dengan penerapan karakter berbagai aspek dalam bekerja generasi mendatang. Ruang kerja tidak hanya hadir sebatas ruang khusus untuk mendapatkan *output* produksi. Ruang kerja masa depan merupakan suatu pusat dari beragam komunitas pekerja yang mengutamakan kreativitas, fleksibilitas, dan kolaborasi serta koneksi antar komunitas dalam mendukung produktivitas bekerja.

Studi tipologi *creative hub* dalam mewadahi kegiatan bekerja kreatif

Creative hub adalah ruang fisik maupun virtual yang menyatukan komunitas atau orang-orang kreatif dalam mengumpulkan, mengembangkan bisnis, dan bidang lainnya yang berhubungan dengan sektor kreatif, budaya, dan teknologi (British Council, n.d.). Aktivitas yang penting dalam kegiatan kreatif seperti presentasi/*brainstorming*, *workshop/tutorial*,

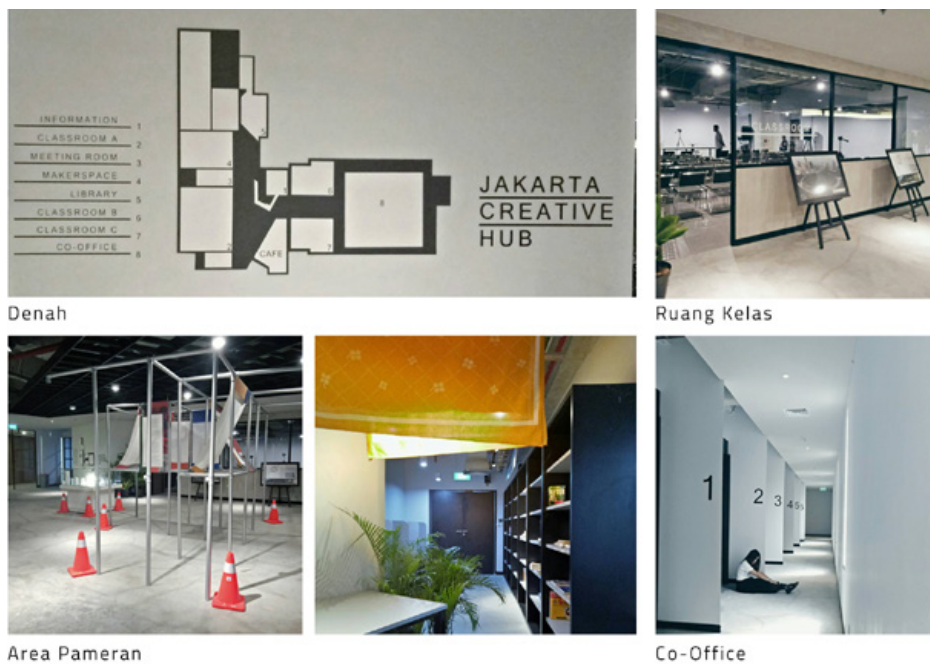
juga yang bersifat *event* terbuka atau *exhibition* termasuk kegiatan utama yang perlu diwadahi oleh sebuah *creative hub*.

Fungsi *creative hub* menjadi penting dalam mendukung tujuh industri ekonomi kreatif, yaitu tujuh industri yang memiliki ciri keunggulan pada sisi kreativitas dalam menghasilkan berbagai desain kreatif yang melekat pada produk barang atau jasa yang dihasilkan (Howkins, 2001). Ekonomi kreatif merupakan konsep ekonomi yang berkembang berdasarkan aset kreatif yang berpotensi menghasilkan perkembangan ekonomi dengan faktor-faktor yang berpeluang (Ekonomi Kreatif, Undang-Undang Republik Indonesia No. 24 tahun 2019, 2019). Pada konteks Indonesia, industri ini menjadi relevan seiring dengan bonus demografi penduduk muda Indonesia dengan rentang usia 16–30 tahun hingga tahun 2035 yang berpotensi menjadi *creative class*. Selain itu, perkembangan industri kreatif juga didukung oleh perkembangan gaya hidup digital. Terlihat dalam data 90% populasi Indonesia telah dapat mengakses teknologi informasi dan komunikasi, adanya peningkatan jumlah kelas menengah, dan meningkatnya permintaan produk kreatif serta potensi kekayaan alam dan budaya (Badan Ekonomi Kreatif Indonesia, 2020). Pada tujuh industri kreatif, inovasi merupakan suatu hal yang vital bagi kelangsungan bisnis sehingga menjadi suatu aspek yang diperhatikan (Chesbrough, 2010).

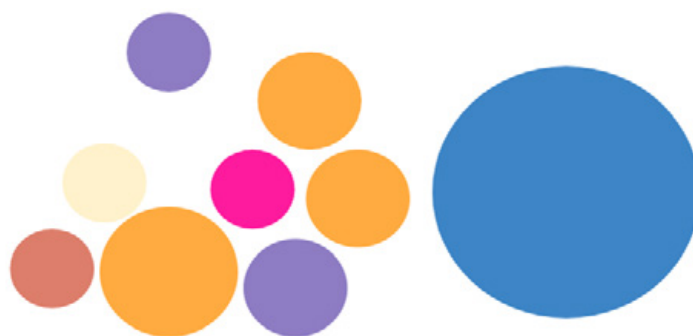
Artikel ini mengkaji tipologi *creative hub* di tiga lokasi yaitu di Jakarta, Bogor, dan Bandung sebagai lokasi dengan banyak komunitas kreatif di Indonesia. Ketiga *creative hub* tersebut dianalisis berdasarkan karakter pekerja masa depan serta kebutuhan *programming creative hub* yang sudah dibahas sebelumnya. Studi tipologi di artikel ini mengkaji proporsi ruang-ruang dengan menekankan pada hubungan antara satu bagian dengan bagian yang lain atau secara menyeluruh skala ukuran ruang-ruang tersebut secara standar (Ching, 2007). Selain itu, studi ini juga menginvestigasi kualitas visual dari *form* keseluruhan *creative hub* tersebut.

Jakarta Creative Hub

Jakarta Creative Hub (JCH) merupakan salah satu *creative hub* untuk masyarakat di sekitar Jakarta dalam berkegiatan komunitas kreatif dan melakukan usaha di bidang ekonomi kreatif. JCH memfasilitasi kantor bersama (*co-office*) dengan biaya sewa khusus di bidang industri kreatif. Program ruang JCH mengakomodasi ruang bekerja kreatif dan produktif, seperti adanya perpustakaan, ruang kelas, ruang diskusi, *makerspace*, dan area yang fleksibel. Selain itu, terdapat fasilitas relaksasi seperti kafe sebagai *intermission space* untuk berkumpul sembari memikirkan ide. Secara garis besar, ruang bekerja pada JCH memiliki keterhubungan pada setiap ruang lainnya. Ruang bekerja sebagai kegiatan utama memiliki proporsi yang cukup besar dan didukung oleh ruang kelas, diskusi, studio, dan relaksasi untuk memenuhi kegiatan pengguna JCH.



Gambar 1. Jakarta Creative Hub (Foto diambil oleh Mantise, 2017)



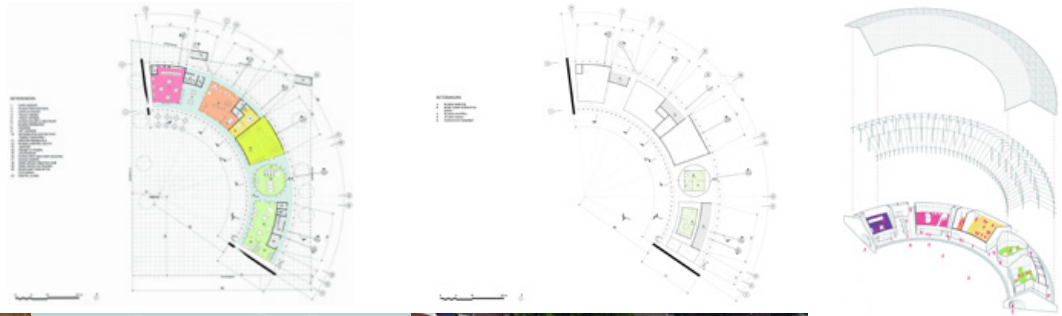
Titik Kumpul
 R. Kelas
 R. Diskusi
 Studio
 Relaksasi
 R Kerja

Gambar 2. Studi proporsi fungsi ruang pada JCH (Gambar oleh penulis)

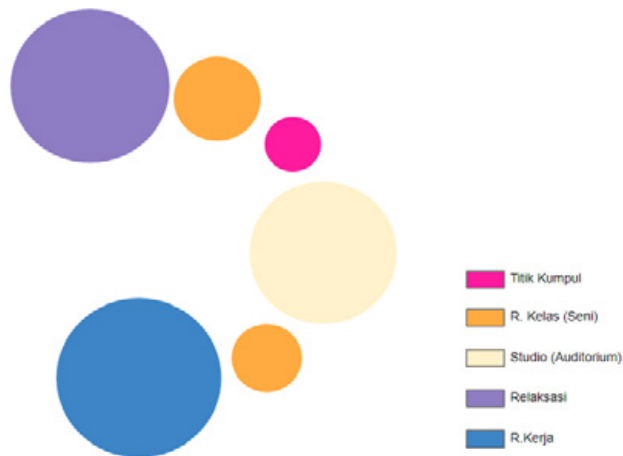
Bogor Creative Center

Gedung Bogor Creative Center (BCC) sering digunakan sebagai fasilitas untuk berbagai acara ekonomi kreatif di Bogor. Keberadaan BCC sangat bermanfaat bagi masyarakat Bogor dalam pengembangan produk, baik itu produk *fashion*, media, musik, kuliner, hingga karya seni rupa, visual, arsitektur, dan interior. BCC menjadi manifestasi untuk upaya mempersiapkan generasi kreatif, usaha-usaha kreatif, dan sejenisnya untuk menggerakkan roda ekonomi.

BCC berada dalam lokasi di sekitar bangunan bersejarah. Salah satu program produktivitas yang diutamakan pada BCC adalah kegiatan terkait bidang seni rupa. Berbeda dengan JCH, proporsi ruang relaksasi yang berupa kafe di BCC cenderung hampir sama dengan proporsi ruang bekerja. Bagi banyak orang, kafe telah menjadi lebih dari sekadar tempat makan dan minum, tetapi juga ruang penting untuk bersantai, bekerja, dan berjejaring sosial (Ferreira et al., 2021). Pengunjung kerap memilih mengerjakan tugas sambil menikmati suasana (Suryani & Kristiyani, 2021). Hal ini menunjukkan bahwa kehadiran kafe pada BCC relevan untuk kegiatan multifungsi, yaitu bekerja sembari bersantai.



Gambar 3. Bogor Creative Center (Gambar oleh Local Architecture Bureau (atas) dan Dwitomo (bawah))



Gambar 4. Studi proporsi fungsi ruang pada Bogor Creative Center (Gambar oleh penulis)

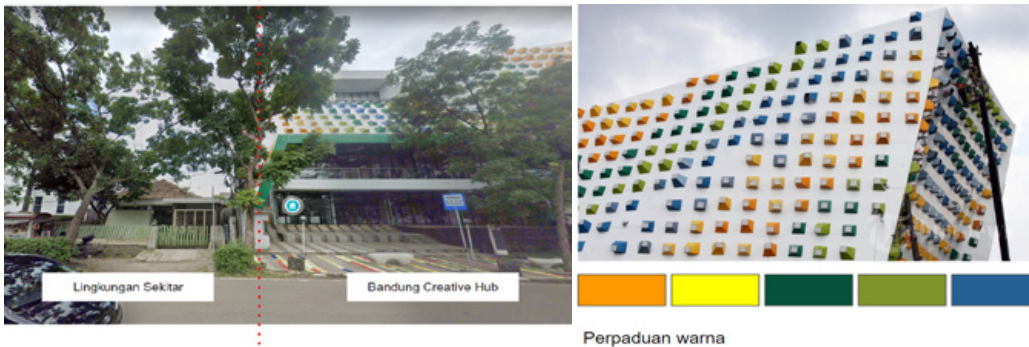
Bandung Creative Hub

Desain Bandung Creative Hub memiliki fokus pada kehadiran arsitektur yang ikonik. Karakteristik ikonik dalam desain memiliki ciri-ciri akan hadirnya skala bangunan yang relatif besar dan cenderung dominan, memiliki bentuk yang atraktif dan menarik, memiliki umur yang panjang, dan letak posisi yang strategis (Pawitro, 2012). Gubahan massa dari bangunan tersebut memiliki karakteristik bentuk geometris yang berbeda dan menonjol dibandingkan bangunan disekitarnya.

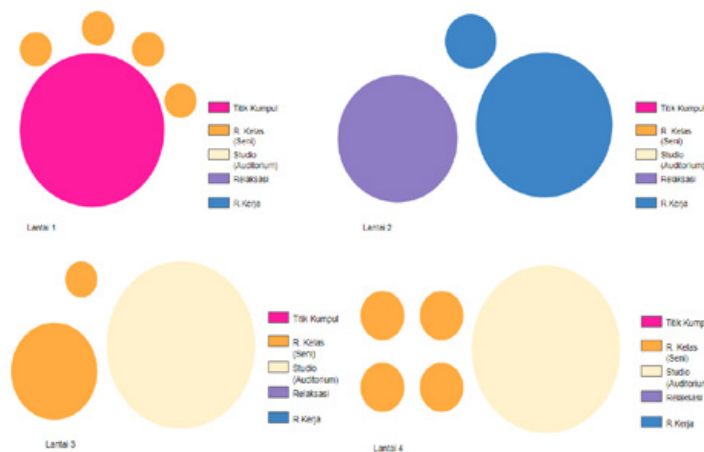


Gambar 5. Denah Bandung Creative Hub (Gambar diambil dari Bandung Creative Hub, 2019)

Ornamen yang menonjol (*extruding*) pada fasad memiliki kombinasi warna biru, kuning, dan hijau dipadu dengan warna dasar putih yang membentuk suatu ritme. Aspek-aspek tersebut menghasilkan bangunan yang mencolok serta atraktif, merefleksikan fungsi kegiatan kreatif yang ada di dalamnya. Secara tata ruang, setiap lantainya terbagi pada fokus kegiatan yang berbeda. Untuk lantai satu difungsikan sebagai area pameran yang juga menjadi titik kumpul pengguna BCH. Pada lantai dua difokuskan sebagai fungsi ruang bekerja dan relaksasi berupa kafe dan perpustakaan. Lantai tiga dan empat difungsikan sebagai area untuk berkarya dan mendemonstrasikan di ruang auditorium.



Gambar 6. Foto geometri dan pemilihan warna fasad pada Bandung Creative Hub (Gambar disusun dari Google Map (kiri) dan Kurniawan (kanan) dengan adaptasi penulis)



Gambar 7. Studi proporsi fungsi ruang pada Bandung Creative Hub (Gambar oleh penulis)

Berdasarkan ketiga studi kasus di atas, Tabel 2 menunjukkan perbandingan desain yang hadir dan keterkaitannya dengan karakteristik generasi milenial. Komparasi studi kasus ini akan dapat menyimpulkan bagaimana perancangan ruang kreatif yang ideal untuk generasi mendatang. Karakter *collective* diartikan sebagai ruang berkumpul secara umum, sementara *customization* dapat diartikan sebagai ruang yang fleksibel maupun ruang kolaboratif sehingga dapat diatur sedemikian rupa. Hanya satu dari ketiga studi kasus ini yang memiliki ruang kolaboratif khusus, namun keseluruhan ruangnya memiliki fleksibilitas sehingga dapat berubah menjadi ruang kolaboratif ketika diperlukan.

Aspek *community* dapat diartikan dengan ruang yang mewadahi berbagai kegiatan komunitas kreatif, dan aspek *connected* memperlihatkan koneksi antara pengguna privat

dengan pengguna publik. Ketiga bangunan tersebut memiliki ruang komunitas yang cukup banyak sehingga dapat menarik minat komunitas yang berbeda-beda. Area publik terkait dengan kegiatan relaksasi atau pameran yang cukup besar diletakkan di lantai terpisah, atau ujung tertentu dari bangunan, atau dapat pula terbagi dan tersebar di beberapa area. Aspek *confidence* terkait penggunaan konsep visual yang atraktif berdasarkan bentuk bangunan maupun ruang dalam bangunan. Ekspresi atraktif tersebut terutama terlihat dari *Creative Hub* di Bogor dan Bandung, dengan bentuk ruang yang dinamis maupun ekspresi visual yang menarik. Aspek terakhir, yaitu *ownership* merupakan penyediaan fasilitas umum dalam bangunan maupun sekitar bangunan, khususnya terkait transportasi, yang saat ini belum terakomodasi dalam ketiga bangunan tersebut sehingga memperlihatkan potensi untuk dikembangkan dalam perancangan.

Lokasi	Collective	Customization	Community	Connected	Confidence	Ownership
Jakarta Creative Hub	x	Penataan ruang kelas dapat diubah sesuai keinginan pengguna	Mewadahi delapan program ruang kreatif	x	x	x
Bogor Creative Center	x	Hanya ruang galeri yang tata ruangnya memungkinkan untuk diubah sesuai keinginan pengguna	Mewadahi empat program ruang kreatif	Terkoneksi dengan ruang publik	Bentuk bangunan dinamis	x
Bandung Creative Hub	Terdapat area pameran terbuka pada lantai 1	Area pameran bersifat fleksibel	Mewadahi sembilan program ruang kegiatan kreatif	Tersedia ruang kumpul di berbagai titik	Bentuk bangunan kompleks dengan hexagon	x

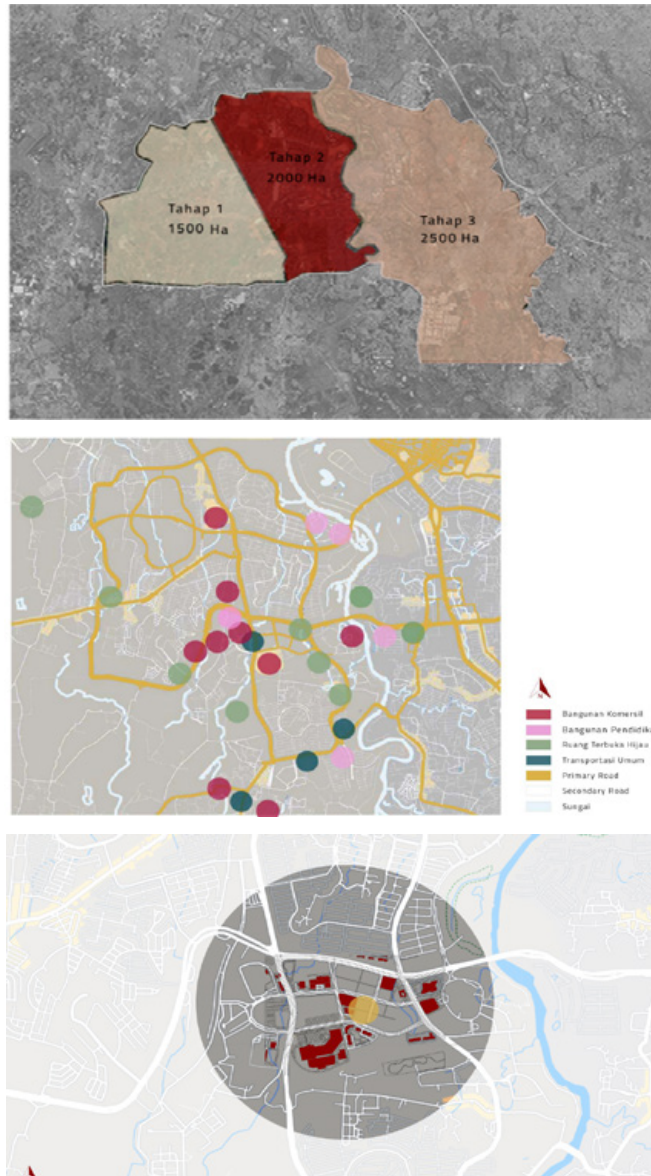
Eksplorasi perancangan ruang bekerja kreatif berbasis karakter generasi masa depan

Tabel 2. Komparasi studi kasus

Berdasarkan ekplorasi studi kasus di atas, tulisan ini akan selanjutnya mengkaji tentang proses perancangan ruang bekerja kreatif untuk masa depan. Perancangan ini merupakan bagian dari proses pembelajaran tahun terakhir program sarjana pada Universitas Pradita. Ruang bekerja yang didesain berada pada Bumi Serpong Damai atau biasa dikenal BSD City, suatu lokasi pengembangan di Tangerang Selatan yang menjadi salah satu kota satelit dari Jakarta untuk menjadi kota mandiri. Pengembang pembangunan BSD City berupaya menghadirkan kota bertaraf internasional dengan menyediakan fasilitas yang mengundang banyak masyarakat untuk datang dan merasakan sebagai warga kelas dunia.

Area pembangunan yang menjadi fokus dalam pengembangan BSD City adalah distrik bisnis sehingga sesuai dengan fungsi kantor dan kegiatan bekerja produktif. Posisi lokasi pengembangan ini menjadi relevan sesuai dengan data statistik Pelaku Usaha Ekonomi Kreatif Kota Tangerang Selatan 2020 yang mencatatkan adanya 78% pelaku usaha kreatif yang aktif. Pelaku usaha kreatif yang aktif terdiri dari beberapa sub

sektor diantaranya; kuliner, kriya, *fashion*, pertunjukkan, desain produk, desain komunikasi visual, film, animasi, fotografi, *game developer*, periklanan, arsitektur, desain interior, musik, penerbitan, TV/radio, dan periklanan.



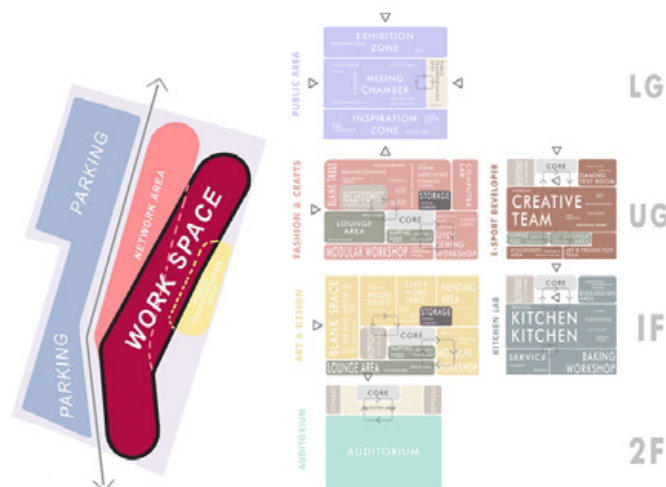
Gambar 8. Pemetaan konteks pembangunan tahap dua BSD City dan pemilihan posisi tapak (Gambar oleh penulis)

Perancangan ini akan difokuskan pada area pembangunan tahap dua BSD City yang dibangun pada tahun 2009 sampai sekarang. Area ini didefinisikan sebagai area pengembangan distrik bisnis (CBD), lembaga pendidikan tinggi, riset, dan kawasan industri modern. Gambar 8 memperlihatkan pemetaan titik keramaian di sekitar area pembangunan tahap dua BSD City sebagai lokasi potensial rancangan. Pada pemetaan tersebut, terdapat sembilan bangunan komersial dengan skala yang beragam mulai dari sedang hingga besar dan juga terdapat sembilan ruang terbuka hijau yang aktif. Area ini juga memiliki lima titik bangunan pendidikan dari tingkat sekolah dasar hingga universitas yang merupakan fungsi yang cukup penting di BSD City.

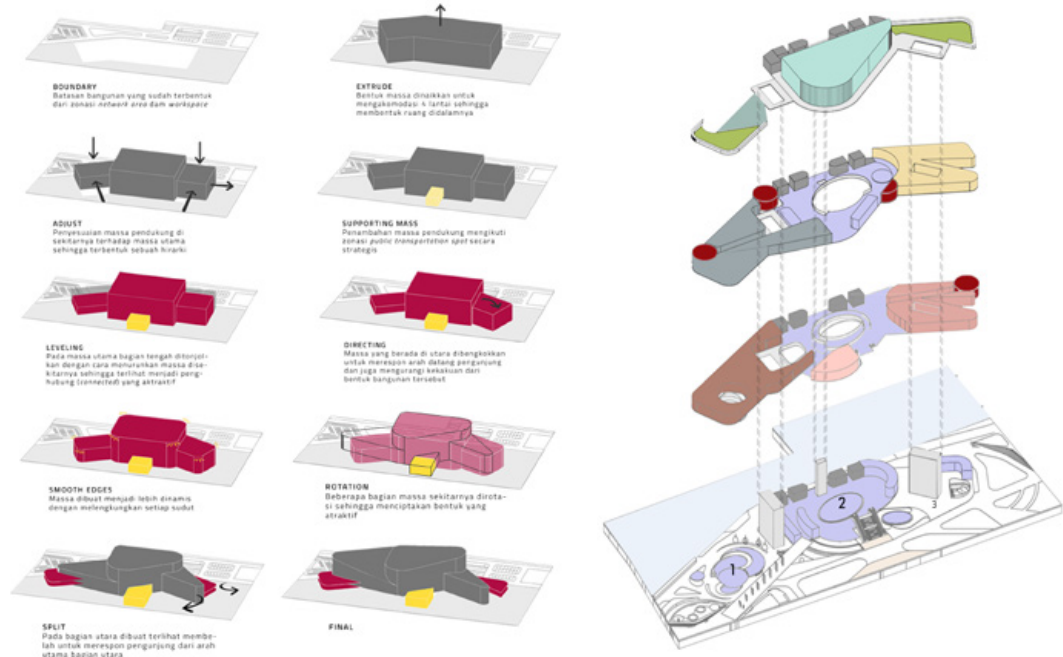
Tapak perancangan yang dipilih berada pada distrik bisnis (CBD) BSD City di Jl. BSD CBD III, Tangerang (Gambar 8). Tapak ini diposisikan berdasarkan potensinya terhadap pemenuhan karakter generasi masa depan. Area ini didominasi bangunan perkantoran sebagai bagian dari distrik bisnis yang berpeluang sebagai ruang kolaborasi sesuai dengan karakter *collective*. Di sisi lain, terdapat beberapa variasi fungsi komersil, pendidikan dan fasilitas berbelanja, serta rekreasi dan hiburan lainnya yang tersebar dekat dengan tapak perancangan sehingga dapat menarik kehadiran komunitas. Variasi fungsi ini dapat mendukung program ruang relaksasi yang bersifat publik, menarik komunitas dan juga memungkinkan pengembangan diri yang menjadi penting untuk aspek *community*, *connected*, *costumization* dan *confidence*. Aspek akses dan *ownership* pada pemilihan tapak dikaitkan dengan tidak mengutamakan kepemilikan kendaraan pribadi tapi menekankan pada kedekatan dengan titik transportasi umum maupun persebaran jasa transportasi umum (ojek atau taksi *online*, kereta listrik, dan bis) sebagai bentuk *sharing* moda transportasi.

Pendekatan ruang bekerja berkarakter masa depan

Langkah awal perancangan ruang bekerja pada *creative hub* dimulai dengan menerjemahkan karakter milenial untuk mencapai kualitas ruang yang mendukung kenyamanan bekerja dan menstimulasi kreativitas para pekerja. Program *creative hub* pada perancangan ini terbagi menjadi tiga, yaitu ruang publik, ruang produktivitas, dan ruang servis. Diagram aktivitas pada Gambar 9 memperlihatkan keterhubungan antar ruang dari berbagai fungsi yang diwadahi dalam perancangan ini. Program ruang yang diwadahi didasari dengan beberapa komunitas besar di BSD City, diantaranya *kitchen lab*, *e-sport developer*, *fashion & craft*, dan *art & design*. Ketiga jenis ruang tersebut diposisikan pada bentuk tapak ke dalam empat zona, yaitu (1) *network area* atau area yang berhubungan langsung dengan publik untuk memperluas jaringan interaksi, (2) *workspace* sebagai area ruang bekerja bagi para pengguna, (3) area parkir, serta (4) *public transportation spots* yang merupakan tempat titik temu BSD Link (*minibus*) dan pengemudi *online*.

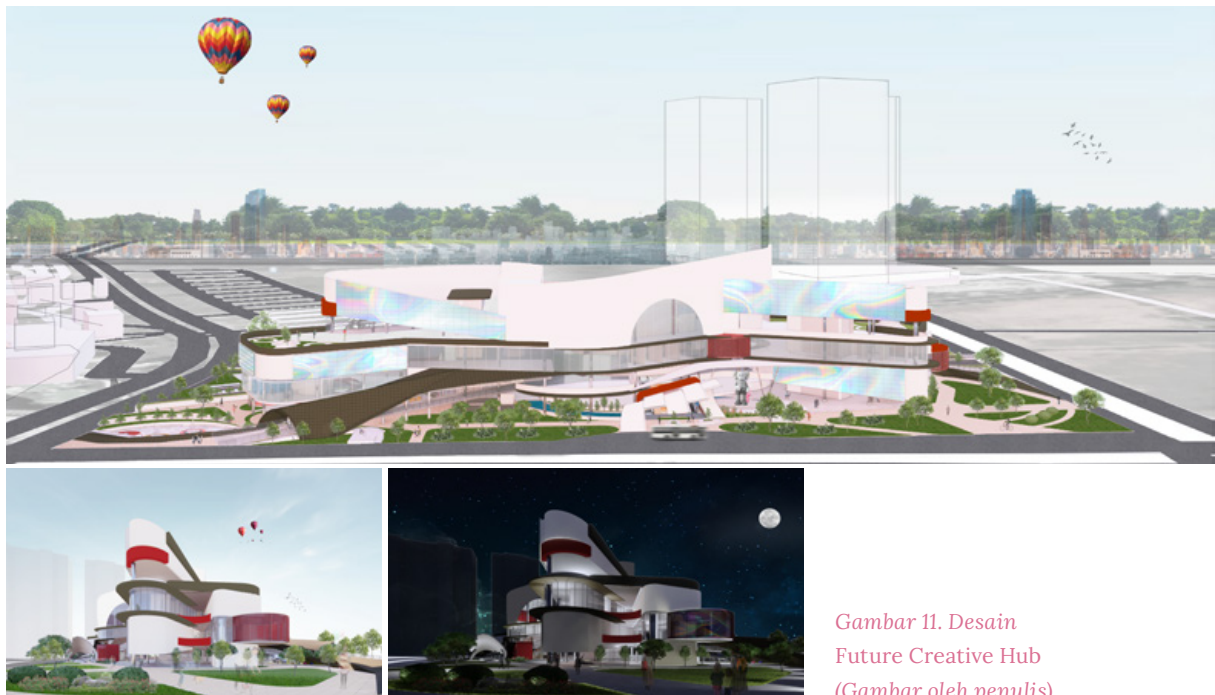


Gambar 9. Pengaturan program ruang creative hub (Gambar oleh penulis)



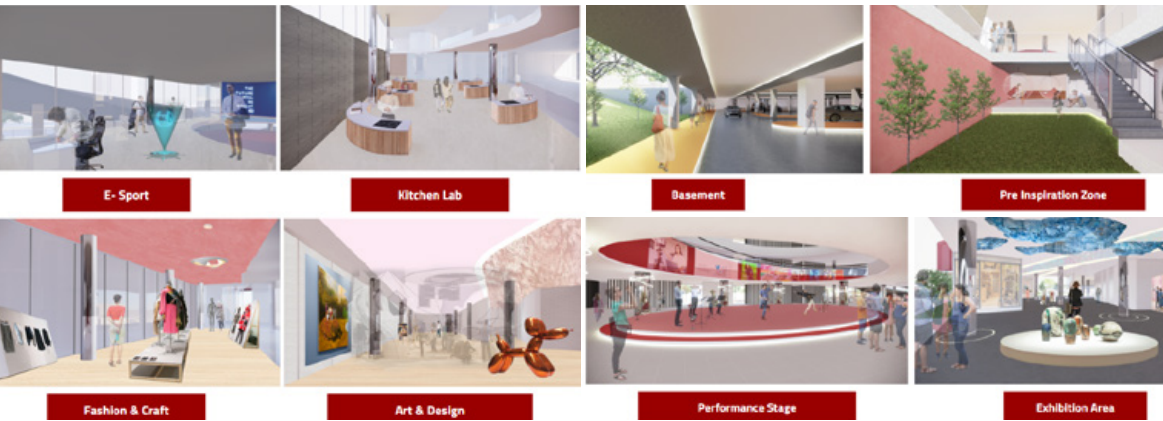
Eksplorasi *form* bangunan dipengaruhi oleh analisis tapak, konfigurasi program, dan ciri khas bangunan *creative hub* yang ikonik dan menonjol. Pada Gambar 10, perancangan dimulai dari transformasi *form* berdasarkan zona yang membentuk organisasi ruang-ruang, lalu *form* tersebut diatur menurut sebuah hierarki yang terdiri dari area berkumpul utama di bagian tengah dengan penyesuaian area-area bekerja kreatif di sekelilingnya. Selanjutnya, *form* tersebut dikembangkan lebih lanjut dengan menambahkan area pendukung untuk fungsi *public transportation spot* dengan menyesuaikan sirkulasi keluar masuk tapak.

Gambar 10. Diagram transformasi bentuk dan aksonometri rancangan Future Creative Hub (Gambar oleh penulis)



Gambar 11. Desain Future Creative Hub (Gambar oleh penulis)

Ekspresi ikonik *Future Creative Hub* ditampilkan dengan perpaduan warna yang mencolok pada fasad utama bangunan, yaitu putih sebagai warna dasar ditambahkan dengan warna coklat dan merah. Ekspresi ikonik tersebut dilanjutkan dengan penggunaan *holographic panel* untuk mempertegas kesan yang atraktif. Panel ini memungkinkan ekspresi dinamis di malam hari dengan efek visual hologram yang akan timbul di beberapa sisi fasadnya.



Gambar 12. Ekspresi ikonik pada ruang dalam creative hub (Gambar oleh penulis)

Ekspresi ikonik tersebut dilanjutkan lebih jauh pada ruang-ruang di dalam *Future Creative Hub* ini. Berdasarkan studi tipologi yang telah dilakukan, bagian dalam setiap ruang pada *creative hub* di BSD City ini didesain untuk memiliki kombinasi warna yang mencolok, furnitur yang fleksibel, serta adanya elemen yang memberikan kesan menyenangkan dan suasana bermain (*playfulness*) namun masih dapat digunakan untuk mendukung kegiatan bekerja kreatif.

Kesimpulan

Studi ini mengembangkan perancangan ruang bekerja kreatif berbasis aspek yang menjadi penting generasi masa depan, khususnya generasi milenial, yang akan mendominasi angkatan bekerja ke depan. Aspek-aspek tersebut terdiri dari kecenderungan untuk berkomunitas dan berkolaborasi (*community* dan *collective*), kebutuhan untuk terhubung (*connected*), kebutuhan akan kebebasan berekspresi di depan publik (*confidence* dan *customization*), serta preferensi akan akses dibandingkan kepemilikan (*ownership*). Keseluruhan aspek ini kemudian memengaruhi prinsip bekerja, gaya bekerja, dan preferensi tata ruang bekerja untuk masa depan.

Studi ini memfokuskan pada pengembangan *creative hub* untuk mendukung ruang bekerja sektor industri kreatif sebagai salah satu minat utama pekerja generasi masa depan. Eksplorasi studi tipologi pada tiga *creative hub* di Indonesia yaitu Jakarta Creative Hub, Bogor Creative Hub, dan Bandung Creative Hub menerjemahkan perilaku karakter milenial dalam bekerja terhadap kualitas ruang yang penting untuk *creative hub* yaitu ekspresi bentuk dan ruang dalam yang ikonik dan dinamis secara visual, ruang bekerja yang tidak kaku dan fleksibel, stimulasi kreativitas dengan adanya penambahan elemen-elemen atau

program ruang yang variatif, serta proporsi ruang yang ideal khususnya dalam ruang bekerja maupun ruang berkumpul dan ruang pendukung lainnya. Kualitas tersebut kemudian diterapkan pada perancangan ruang bekerja kreatif masa depan di BSD City, yang ditujukan untuk komunitas yang cukup besar di konteks tersebut yaitu komunitas kuliner, *e-sport*, *fashion*, hingga seni dan desain.

Kehadiran studi terkait tipologi *creative hub* lokal diharapkan dapat menghasilkan perancangan ruang bekerja yang sesuai dengan kebutuhan konteks Indonesia saat ini. Secara keseluruhan, eksplorasi perancangan bekerja kreatif masa depan pada artikel ini berkontribusi untuk pengetahuan praktik merancang yang responsif terhadap dinamika kebutuhan pekerja dari masa ke masa dan kaitannya dengan isu-isu yang diangkat di suatu konteks.

Referensi

- Badan Ekonomi Kreatif Indonesia. (2020). *Jumlah usaha/perusahaan ekonomi kreatif menurut subsektor ekraf*.
- Bandung Creative Hub. (2019, January 21). *Denah ruang & fasilitas UPT BCH @ Bandung Creative Hub* [Image attached]. Facebook. https://www.facebook.com/1249905778512067/posts/denah-ruangan-fasilitas-upt-bch-bandung-creative-hub/1250040551831923/?locale=id_ID
- British Council. (n.d.). *Creative hubkit*. https://creativeconomy.britishcouncil.org/media/uploads/files/Creative_HubKit.pdf
- Chesbrough, H. (2010). Business model innovation: Opportunities and barriers. *Long Range Planning*, 43(2-3), 354-363. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2009.07.010>
- Ching, F. D. K. (2007). *Architecture form, space, and order* (3rd ed.). John Wiley & Sons.
- Dewi, P. R. S. (2016). Ketertarikan publik terhadap keberadaan *creative space*. *Temu Ilmiah IPLBI*.
- Dwitomo, D. (2021). *Bogor Creative Hub / Local Architecture Bureau* [Photograph]. ArchDaily. <https://www.archdaily.com/963703/bogor-creative-hub-local-architecture-bureau>
- Ekonomi Kreatif, Undang-Undang Republik Indonesia No. 24 Tahun 2019. (2019). <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/123686/uu-no-24-tahun-2019>
- Ferreira, J., Ferreira, C., & Bos, E. (2021). Spaces of consumption, connection, and community: Exploring the role of the coffee shop in urban lives. *Geoforum*, 119, 21-29. <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2020.12.024>
- Gillen, N. (2019). *Future office-next-generation workplace design*. RIBA Publishing.
- Glavas, A., Jules, C., & Van Oosten, E. (2006). Use of self in creating a culture of collaboration. In S. Schuman (Ed.), *Creating a culture of collaboration: The international association of facilitators handbook* (pp. 322-342). Jossey-Bass.
- Howkins, J. (2001). *The creative economy: How people make money from ideas* (1st ed.). The Penguin Press.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen pemasaran* (13th ed.). Indeks.
- Kurniawan, G. (2017). *Pembangunan gedung Bandung Creative Hub* [Photograph]. TribunNews. <https://www.tribunnews.com/images/regional/view/1690017/pembangunan-gedung-bandung-creative-hub-bch>
- Liu, H. (2012). *Distributed workplace for Facebook. Inc: A new office typology for the 21st century workstyle* [Doctoral Dissertation, Syracuse University]. Syracuse University Libraries. https://surface.syr.edu/architecture_tpreps/196

Local Architecture Bureau. (2021). *Bogor Creative Hub / Local Architecture Bureau* [Photograph]. ArchDaily. <https://www.archdaily.com/963703/bogor-creative-hub-local-architecture-bureau>

Mantise, R. (2017, May 20). *Jakarta Creative Hub*. <https://xxrubby.blogspot.com/2017/05/jakarta-creative-hub.html>

Parengkuan, E., & Tumewu, B. (2020). *Generation gap(less): Seni menjalin relasi antargenerasi*. Gramedia Pustaka Utama.

Pawitro, U. (2012). Perkembangan 'arsitektur ikonik' di berbagai belahan dunia. *Majalah Ilmiah TRI-DHARMA Kopertis Wilayah IV Jabar & Banten*, 1.

Sebastian, Y., Amran, D., & Lab, Y. (2016). *Generasi langgas: Millennials Indonesia*. GagasMedia.

Sedarmayanti. (2009). *Sumber daya manusia dan produktivitas kerja*. Mandar Maju.

Suryani, C. D., & Kristiyani, D. N. (2021). Gaya hidup baru kaum muda gemar mengunjungi coffee shop (Studi fenomenologi pada anak muda pengunjung coffee shop di Kota Salatiga). *PRecious: Public Relations Journal*, 1(2), 177–201. <https://ejournal.uksw.edu/precious/article/view/4769>

Tan, S., & Suherman, M. (2020). *Milenial & turn over*. KPG (Kepustakaan Populer Gramedia).

Thoring, K. C. (2019). *Designing creative space: A systemic view on workspace design and its impact on the creative process* [Doctoral Dissertation, Delft University of Technology]. TU Delft Library. <https://doi.org/10.4233/uuid:77070b57-9493-4aa6-a9a5-7fed52e45973>

Yuswohady, Y., Fatahillah, F., Tryaditia, B., & Rachmaniar, A. (2019). *Millennials kill everything*. Gramedia Pustaka Utama.

