

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini perkembangan industri di bidang informasi dan teknologi di dunia membuat kita sedang berada pada disruptive era atau era disruptif. Disruptive era sendiri diartikan sebagai masa dengan banyaknya gangguan dan perubahan yang diberikan terhadap kebiasaan atau tatanan yang telah ada. Hal ini sangat terlihat jelas dalam memengaruhi pola dunia bisnis. Tanda-tanda kehadiran era disruptif ini turut diramaikan dengan maraknya kehadiran perusahaan rintisan (Startup) yang merusak pasar bisnis tradisional dengan membuat ceruk pasar baru yang lebih inovatif. Startup tersebut juga lebih menjawab kebutuhan pasar serta permasalahan terkini dengan model bisnis yang baru dan tetap mampu mengacu pada keuntungan pasar.

Salah satu startup yang sangat dikenal di Indonesia adalah Gojek. Dengan status sebagai startup pertama yang meraih status unicorn dan decacorn di Indonesia (www.dealstreetasia.com, dan www.tirto.id), Gojek merupakan representasi terdepan sebuah perusahaan rintisan yang mampu menjawab kebutuhan pasar dengan berbagai inovasi dan kreativitas yang ada. Sebagai perusahaan rintisan dengan valuasi tertinggi di Indonesia dengan banyak bidang produk yang ditangani secara spesifik, maka Gojek memiliki banyak partner dan pekerja yang mendukung segala aktivitas perusahaan. Dengan cara bekerja yang lebih fleksibel daripada perusahaan pada umumnya dengan memiliki staff berusia muda (*millennial generation*), kantor Gojek sengaja dirancang untuk memenuhi aktivitas-aktivitas utama dan penunjang bagi para pegawai hingga pengunjung yang datang. (Capnary, 2018)

Dalam perkembangan dalam mendukung aktivitasnya, Gojek semakin meluaskan pasarnya pada regional daerah dengan membuka kantor cabang pada tiap daerah. Kota Bandung menjadi salah satu daerah utama di regional Jawa Barat yang memiliki kantor cabang sendiri. Kota Bandung menjadi salah satu

pasar utama yang cukup besar, hal ini dikarenakan Kota Bandung memiliki banyak lokasi tempat wisata yang dapat diakses hingga banyaknya pilihan kuliner yang tersedia. Hal ini sangat menguntungkan jika fitur-fitur Gojek dapat diakses untuk mempermudah segala aktivitas pengguna aplikasi.

Namun, dalam kenyataannya saat ini, kantor Gojek Bandung kurang memenuhi standar perancangan kantor dan tidak memenuhi kebutuhan aktivitas hingga kurangnya identitas perusahaan yang seharusnya ditampilkan. Hal ini terlihat dari bagaimana pembagian ruang publik dan ruang kerja yang kurang jelas, alur sirkulasi yang tidak efektif, hingga konsep interior dari identitas perusahaan yang tidak tampak. Keadaan seperti ini membuat para pegawai merasa tidak nyaman ketika bekerja di dalam kantor sehingga harus mencari suasana baru di luar kantor yang mana semakin membuat pekerjaan tidak efektif ketika dibutuhkan koordinasi secara langsung.

Dengan problem seperti ini, pihak Gojek memiliki inisiasi untuk melakukan *reinstatement* kantor dengan perpindahan dari kantor yang lama menuju kantor yang baru. Menurut Manajer *Dynamic Culture Division* Didit Prasetyo, dalam wawancara pada 18 Februari 2020, pemulihan kembali ini menjadi salah satu program utama PT. Karya Anak Bangsa di awal dekade baru ini dan akan diteruskan pada tahun-tahun selanjutnya di beberapa kantor cabang lain. Hal ditujukan untuk mendorong bisnis dan citra perusahaan sehingga dapat bersaing dengan perusahaan-perusahaan sejenis yang lainnya.

Dalam perencanaan ini, sudah ditetapkan form mandatory atau penilaian tersendiri terhadap pemilihan lokasi kantor baru tersebut. Salah satunya adalah jarak dari pusat kota yang harus berada di bawah lima kilometer dan kondisi gedung yang akan diseleksi berdasarkan form pembobotan yang disetujui oleh tiga stakeholder, yaitu *Strategist Regional Head*, *Center of Excellent*, dan *Dynamic Culture Division*.

Hal tersebut menjadi latar belakang dalam pemilihan topik ini sebagai proyek tugas akhir perancangan ulang kantor Gojek Bandung.

1.2 Identifikasi Masalah

Pada perancangan ulang kantor Gojek Bandung terdapat beberapa masalah yang dapat diidentifikasi dan dijabarkan sebagai berikut:

1. Organisasi ruang kerja dan ruang publik serta alur sirkulasi yang kurang jelas memengaruhi aktivitas pekerjaan dan pelayanan;
2. Kurangnya fasilitas untuk menunjang aktivitas di kantor: seperti diskusi/rapat baik secara kelompok besar maupun kelompok kecil, ruang merokok, ruang makan, hingga ruang bekerja secara personal;
3. Tidak menampilkan identitas perusahaan yang sesuai dengan *guideline brand identity* yang telah ada.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dijabarkan, maka rumusan masalah pada perancangan tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Bagaimana merancang interior kantor Gojek Bandung sesuai dengan organisasi ruang dan alur sirkulasi yang mengacu pada kegiatan dan aktivitas pegawai dan pengunjung?
2. Bagaimana merancang interior kantor Gojek Bandung dengan memenuhi fasilitas yang dapat menunjang kinerja pekerjaan pada pegawai?
3. Bagaimana merancang interior Kantor Gojek Bandung yang dapat menunjukkan identitas perusahaan berdasarkan *guideline brand identity* yang dimiliki oleh perusahaan?

1.4 Tujuan dan Sasaran Perancangan

Tujuan dan sasaran dalam perancangan kantor baru Gojek Bandung yang ingin dicapai adalah menciptakan ruang interior yang mendukung segala aktivitas bekerja dan pelayanan yang sesuai dengan identitas dari Gojek.

Sasaran perancangan kantor Gojek Bandung sebagai berikut:

1. Menyusun program ruang dengan alur aktivitas pegawai Gojek Bandung.

2. Menyusun zoning, bloking, dan layout berdasarkan kebutuhan ruang dan aktivitas para pegawai dan pengunjung kantor Gojek Bandung.
3. Menerapkan konsep perancangan kantor Gojek Bandung sesuai brand identitas perusahaan.
4. Mengolah sirkulasi yang baik dan jelas bagi para pegawai dan pengunjung kantor Gojek Bandung.
5. Menentukan fasilitas yang tepat guna menunjang kinerja pekerjaan pegawai kantor Gojek Bandung.

1.5 Ruang Lingkup Perancangan

1. Perancangan hanya dalam lingkup elemen interior seperti lantai, dinding, ceiling, dan furnitur yang sesuai dengan standar desain interior.
2. Perancangan meliputi tema dan konsep yang dikaji berdasarkan perilaku, aktivitas, permasalahan dan identitas perusahaan yang sesuai dengan *guideline brand identity*.
3. Perancangan fokus pada interior kantor Gojek Bandung yang berupa ruang kerja, ruang diskusi/rapat, ruang pelayanan, dan beberapa ruang penunjang yang lain.

1.6 Manfaat Perancangan

Bagi Penulis dan Desainer:

1. Dapat turut berpartisipasi dalam pemecahan masalah pada desain dan mendapatkan wawasan untuk pengetahuan yang lebih jauh tentang perancangan sebuah ruang publik, dalam hal ini kantor.
2. Sebagai sumber referensi untuk profesi yang turut berperan dalam perkembangan dan pemahaman desain interior pada ruang public kantor.

Bagi Perusahaan:

1. Mampu menjadi sebuah preseden dalam perancangan interior kantor Gojek yang sesuai dengan aktivitas dan identitas perusahaan di beberapa wilayah yang lain.

1.7 Batasan Perancangan dan Ruang Lingkup

Batasan perancangan dan ruang lingkup dapat dijabarkan sebagai berikut:

Lokasi perancangan berada di Jl. Sumatera, Braga, Kec. Sumur Bandung, Kota Bandung, Jawa Barat 40111.

Nama Proyek	: Perancangan Kantor Baru Gojek Bandung
Status Proyek	: <i>New Design</i> /Fiktif
Target Pengguna	: Pegawai/Staff Gojek, Mitra, dan Pengunjung
Lokasi	: Jl. Sumatera No.7, Braga, Kec. Sumur Bandung, Kota Bandung, Jawa Barat 40111
Luas Area Perancangan	: 2000 m ²
Batasan Lokasi	: Utara : Shushi Tei Barat : Hotel Royal Palace Selatan : Dinas Kesehatan Puskesmas Tamblong Timur : Jalan Sumatera

1. Luas area perancangan kantor GoJek Bandung adalah 2000 m² yang terdiri dari 2 lantai.
2. Target pengguna perancangan adalah staff/pegawai GoJek Bandung, mitra perusahaan, dan pengunjung.
3. Area yang dirancang ialah ruang kerja, ruang pelayanan publik, dan ruang penunjang yang akan dianalisa lebih lanjut.

1.8 Metodologi Perancangan

Berikut metodologi yang digunakan dalam perancangan:

1. Penentuan Proyek

Penulis menentukan proyek dengan mengacu pada fenomena serta isu yang diperoleh berdasarkan keresahan yang dirasakan.

2. Identifikasi Masalah

Identifikasi dilakukan untuk penentuan topik berdasarkan fenomena, isu serta permasalahan yang terjadi. Selanjutnya dilakukan perancangan agar tercipta sesuatu yang baru yang dapat memperbaiki permasalahan sebelumnya.

3. Pengumpulan Data Studi Pustaka/Literatur

Pencarian referensi dan kumpulan data yang dapat mendukung perancangan. Sumber literatur bisa didapatkan dari jurnal, skripsi, tugas akhir, tesis, buku, serta sumber daring. Sumber harus berhubungan dengan perancangan yang akan dibahas.

4. Analisa dan Studi Lapangan

Kunjungan ke lapangan yang terkait dengan beberapa studi kasus yang telah ditentukan. Mengumpulkan data langsung dari para pegawai/staff Gojek, mitra perusahaan, serta pengunjung mengenai pengalaman ruang yang dirasakan saat bekerja dan/atau berkunjung.

5. Penguasaan Site/Layout

Penguasaan site/layout diperlukan dalam perancangan untuk menciptakan organisasi ruang yang tepat dan sesuai standar. Penyesuaian dengan aktivitas serta fungsi ruang yang akan dirancang akan memudahkan dalam proses perancangan sehingga dapat menjadi solusi dari masalah desain sebelumnya.

6. Penentuan Tema dan Konsep

Tema dan konsep perancangan akan didapatkan dari proses *brainstorming* dan analisa seluruh data yang didapat. Kemudian akan digunakan dalam proses perancangan dan ditransformasikan ke dalam bentuk pengajuan desain awal, alternatif desain dan pengembangan desain lebih lanjut.

7. Perancangan dan Desain

Dengan tema dan konsep yang telah ditentukan, proses perancangan desain akan memasuki tahap awal. Pengajuan desain dengan beberapa alternatif dibutuhkan agar memiliki beberapa pilihan serta mampu melihat kekurangan dan kelebihan dari masing-masing alternatif yang akan diberikan.

8. Final

Tahap akhir dari perancangan berupa keluaran desain akhir sebagai wujud dari solusi yang diberikan. Perealisasiannya dalam bentuk nyata berupa lembar kerja, portofolio dan poster, 3D visual rendering, skema bahan serta maket berskala sesuai yang telah ditentukan.

1.9 Kerangka Berpikir

