



HUBUNGAN *PLACE IDENTITY* DENGAN *IDENTITY OF COMMUNITY* PADA *CO-WORKING SPACE*

Pristya Any Wulandari¹, Bambang Soemardiono², Muhammad Faqih³

Departemen Arsitektur, Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS), Surabaya

E-mail: pristyaanywulandari@gmail.com, bamsoem03@yahoo.com, faqih4102@gmail.com

Informasi Naskah

Diterima:

3 Juli 2023

Direvisi:

13 Juli 2023

Disetujui terbit:

16 Agustus 2023

Diterbitkan:

Cetak:

29 September 2023

Online

29 September 2023

Abstract: *The continuous development of technology pursues the emergence of co-working, mainly in Surabaya with many enthusiasts, especially startups. Place identity is represented by Koridor Co-working Space. While identity of community by startups is dominated by Z and millennial. It is said that place and user can influence each other. In its application, co-working can accommodate many startups in one location. Co-working needs to express place identity and identity of community as user. Meanwhile startups, in their effort to express identity of community, need more space control. Only a little research has discussed place identity and identity of community that are specific to co-working. Thus this correlational research aims to identify the relationship of place identity and identity of community in co-working. Through post-positivism paradigm and the collected data through observation, documentation, archive and likert-scale questionnaire, data from 67 respondents were analyzed using descriptive statistical analysis. The results show that most startup members consider place identity of Koridor Co-working Space to be unique and very unique. From all aspects identity of community and place identity, two pairs of interconnected were found; education with shape and form of building and income with materials. Thus in this position, the hypothesis can be accepted.*

Keyword: *Co-working space, identity of community, place identity*

Abstrak: Berkembangnya teknologi berkesinambungan dengan munculnya *co-working space* terutama di Kota Surabaya dengan banyak peminat, yaitu kelompok *startup*. *Place identity* diwakili oleh *Koridor Co-working Space*. Sementara *identity of community* diwakili oleh kelompok *startup* yang didominasi generasi Z dan Y. Diketahui bahwa tempat dan pengguna saling berhubungan. Dalam aplikasinya, *co-working space* dapat menampung banyak *startup* dalam satu lokasi. *Co-working space* perlu memunculkan *place identity* sekaligus *identity of community* sebagai penggunaannya. Sementara kelompok *startup* dalam upaya memunculkan *identity of community* terhalang oleh kendali ruang yang terbatas. Belum banyak penelitian yang membahas tentang konsep *place identity* dan *identity of community* yang spesifik pada objek *co-working space*. Dengan begitu, penelitian *correlational research* ini memiliki tujuan untuk mengidentifikasi hubungan *place identity* dengan *identity of community* pada *co-working space*. Melalui paradigma *post-positivism* dan teknik pengumpulan data melalui observasi, dokumentasi, arsip dan kuesioner berskala likert, data dari 67 responden dianalisis menggunakan analisa statistik deskriptif. Hasilnya menunjukkan bahwa mayoritas anggota *startup* menilai *place identity Koridor Co-working Space* tergolong unik dan sangat unik. Selain itu, dari seluruh sub-variabel *identity of community* dan *place identity* yang dihubungkan, ditemukan dua pasang yang terbukti berhubungan, yaitu pendidikan dengan bentuk bangunan serta pendapatan dengan material. Dengan demikian, pada posisi ini hipotesis dapat diterima

Kata Kunci: *Co-working space, identity of community, place identity*

PENDAHULUAN

Berkembangnya teknologi masa kini mempengaruhi banyak hal, salah satunya adalah kemudahan bekerja dimana saja di berbagai tempat (Rodrigues dan Rituerto, 2021). Ini disebut dengan istilah *new ways of working* yang cenderung *mobile*, fleksibel dan terdistribusi (Kingma, 2019). Perubahan kondisi tersebut diikuti oleh munculnya *co-working space* sebagai ruang kerja bersama yang merupakan bentuk lain dari ruang kerja kantor pada umumnya (Waters-Lynch, dkk., 2016).

Menurut Baim (2013), *co-working space* adalah tempat dimana dua atau lebih rekan kerja yang berkolaborasi untuk menyelesaikan tugas atau tujuan bersama. Selain itu, berdasarkan penelitian Spinuzzi (2012), *co-working space* menawarkan banyak potensi antara lain akomodasi yang terjangkau, kesempatan untuk *partnership*, suasana yang profesional dan santai, serta memicu adanya *knowledge sharing*. Disamping itu, menurut Sutriadi dan Fachryza (2021), adanya *co-working space* memberi peluang pada bentuk pekerjaan modern di

daerah perkotaan yang memiliki kepadatan tinggi dan beragam. Salah satunya seperti yang ada di Kota Surabaya, saat ini terdapat 18 *co-working space* yang sudah terbangun dan aktif dikelola (Putri dan Satiawan, 2019).

Disebutkan dalam penelitian oleh Weijs-Perree, dkk. (2019), *co-working space* menjadi populer dan diminati masyarakat. Seperti pada studi Khairunnisa dan Anggraini (2020), didapatkan hasil bahwa 92,2% orang ingin mencoba *co-working space*. Sebagian besar dari mereka adalah *startup*, *freelance*, dan *remote worker* (Howell, 2022). Berdasarkan data tahun 2021 oleh MIKTI (Masyarakat Industri Kreatif Teknologi Informasi dan Komunikasi Indonesia), Kota Surabaya memiliki 51 *startup* dari berbagai jenis kategori seperti edukasi, kesehatan, keuangan, transportasi dan lain sebagainya. Jumlah ini terus meningkat seiring berjalannya program Pemerintah seperti Startup Studio Indonesia, Gerakan 1.000 Startup, Startup4Industry, dan program *startup* lainnya. Khususnya di Kota Surabaya, Wali Kota Eri Cahyadi berjanji untuk memfasilitasi dan membantu para *startup* dengan membangun *co-working space* baru (Mubarsyah, 2021).

Di sisi lain, berdasarkan sumber Kwiatkowski dan Buczynski (2017), inti dari *co-working space* terdiri dari 5 aspek, yaitu *community*, *openness*, *collaboration*, *sustainability* dan *accessibility*. Salah satu aspeknya yaitu *community* berarti fokus pada kelompok pengguna, interaksi mereka, dan hubungan yang terbentuk. Dalam penelitian Spinuzzi, dkk. (2019), hubungan antar komunitas pada *co-working space* dilakukan dengan kegiatan saling berbagi informasi serta saling memberi dukungan emosional. Begitu juga pada penelitian ini yang menyoroti *community* sebagai kelompok pengguna yaitu *startup*, yang mana mereka memiliki kesempatan untuk berkolaborasi dan memunculkan rasa kebersamaan (Garret dkk., 2017). Dalam sumber jurnal oleh Esthi dan Ekhsan (2020), mayoritas anggota *startup* berada pada kelompok tahun kelahiran 1991-2000 atau yang biasa disebut dengan generasi Y (milenial). Selain itu, menurut Gomez et al. (2022), *startup* juga menjadi pilihan karir bagi generasi Z. Ini sesuai dengan karakter dan pola kerja mereka yang identik dengan penguasaan teknologi, internet, *web* dan sejenisnya (Sentika et al., 2020).

Pada prinsipnya, sebuah tempat memiliki identitas sebagai perwakilan yang menandakan otoritas (Edwards dan Usher, 2007). Ini disebut dengan *place identity*, yang dipahami sebagai 'dimana kita' dan 'bagaimana lingkungan kita' (Ernawati, 2014). *Place identity* adalah proses interaksi orang dan tempat yang menggambarkan diri mereka dalam kepemilikan tempat tertentu (Stedman, 2002). *Place identity* berasal dari keyakinan, emosi, ide dan sikap yang digunakan pada tempat tersebut (Purwanto dan Harani, 2020). Dalam arsitektur, *place identity* perlu dimunculkan melalui fitur desain seperti bentuk, warna, ukuran dan banyak ekspresi lainnya (Torabi dan Brahman, 2013). Hal yang sama juga

berlaku pada *co-working space*, respons secara berulang dari kebutuhan, harapan dan ingatan pengguna akan membentuk suatu *place identity* (Shemirani dan Hodjati, 2013). Selebihnya, menurut Kojo dan Nenonen (2016), *co-working space* didirikan atas prinsip segmentasi pengguna yang juga merupakan bagian dari *place identity*.

Lang dan Moleski (2010) dalam bukunya menyatakan bahwa sebuah *community* termasuk *startup* memiliki identitas yang disebut dengan *identity of community*. Hal ini dipandang sebagai cara untuk mengekspresikan pemahaman tentang sifat komunitas tertentu pada titik tertentu (Puddifoot, 1995). Baik *co-working space* sebagai tempat maupun *startup* sebagai pengguna, dalam hubungannya dengan *environment behavior studies*, keduanya menunjukkan mekanisme keterkaitan satu sama lain (Rapoport, 2005). Sehingga dapat dikatakan bahwa pengguna dapat mempengaruhi tempat, dan sebaliknya tempat juga dapat mempengaruhi pengguna. Diperjelas melalui penelitian Bacevice (2019), bahwa *co-working space* dapat meningkatkan kredibilitas dan profesionalitas pengguna, yang secara tidak langsung juga membantu mengembangkan kelompok *startup*. Di sisi lain, semakin banyak *startup* pada sebuah *co-working space*, citra akan ruang kerja bersama yang baik dan terpercaya akan terbangun dan tersebar luas (Nabila, 2019).

Co-working space sangat mungkin untuk menampung beragam *startup* dibawah satu atap. Dengan demikian *co-working space* juga menampung beragam identitas. Pada kondisi tersebut, kebutuhan untuk 'ekspresi diri' menjadi satu hal yang krusial. Dari sudut pandang tempat, *co-working space* perlu memunculkan identitas dirinya serta identitas kelompok pengguna, karena ini beresiko dalam melemahkan hubungan anggota-anggotanya. Lalu dari sudut pandang pengguna, dalam upaya merefleksikan identitas diri diantara *startup* lain, tidak ada jaminan terhadap kendali ruang sehingga upaya terhadap peningkatan *startup* sulit tercapai (Tremblay dan Scaillez, 2020).

Dalam konsep *place identity* dan *identity of community* pada *co-working space*, ditemukan beberapa penelitian terkait. Seperti contoh penelitian oleh Gandrum (2018) yang membahas masih sebatas konsep *place identity* terhadap *identity of community*. Selain itu penelitian oleh Spinuzzi (2019), membahas masih sebatas konsep *identity of community* terhadap *co-working space*. Adapun penelitian Alessia (2019), yang membahas tentang konsep *co-working space*, belum sepenuhnya merujuk pada identitas tempat dalam arti bangunan, melainkan identitas kota. Variasi penelitian terdahulu memberi kesimpulan bahwa sedikit penelitian yang membahas tentang konsep *place identity* dan *identity of community* pada objek *co-working space*. Dengan demikian, secara komprehensif penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi hubungan antara *place identity* dan *identity of community*, yang mana konteks tempat

yang dimaksud adalah *co-working space* dan kelompok penggunanya yaitu *startup*.

TINJAUAN PUSTAKA

Place Identity dan Kaitannya dengan *Co-working Space*

Menurut Kopec (2018), hubungan antar manusia dengan lingkungan bersifat transaksional (sebab akibat dalam pola linear) serta interaksional (akibat terhadap sebab dalam sebuah siklus). *Place identity* adalah substruktur dari identitas diri, seperti jenis kelamin dan kelas sosial yang merupakan persepsi dan pemahaman tentang lingkungan (Hauge, 2007). Sumber penelitian oleh Torabi dan Brahman (2013), menyebutkan terdapat 7 karakter dari *place identity* di dalam arsitektur, antara lain:

1. *Spatial Organization*, menjelaskan tentang desain dan tata letak ruang
2. *Semantiic Organizaiton*, menjelaskan tentang ekspresi bangunan melalui warna, ukuran dan fitur fisik
3. *Temporal Organization*, menjelaskan tentang karya arsitektur yang harus mempertahankan identitasnya dalam perubahan fisik dan sosial
4. *Relationship with Context*, menjelaskan tentang keserasian desain dengan lingkungan sekitar
5. *Materials*, menjelaskan tentang penggunaan material yang memunculkan identitas
6. *General Design Principles*, menjelaskan tentang hubungan konsep dan bentuk yang diinginkan
7. *Shape and Form of Building*, menjelaskan tentang penggunaan bentuk yang spesifik

Place identity secara umum bermakna sebagai identitas tempat, yang mana implikasi terkait tempat dapat berada pada tingkat yang besar ataupun kecil (Twigger-Ross dan Uzzell, 1996). Pada tingkat yang besar, *place identity* dapat diaplikasikan pada lingkup *urban*, misalkan sebagai identitas kota. Sementara untuk tingkat yang lebih kecil, *place identity* dapat digunakan pada lingkup *building*. Pada penelitian ini, *place identity* diwakili oleh bangunan arsitektur yaitu *co-working space* yang sedang banyak berkembang di banyak kota, salah satunya di Kota Surabaya

Di Kota Surabaya sendiri, terdapat 18 *co-working space* yang sudah terbangun dan aktif dikelola (Putri dan Satiawan, 2019). Dari 18 *co-working space* tersebut, penyelenggaraan fasilitasnya berbeda antara satu dengan yang lain. Maka dari itu, identitas tempat (*place identity*) yang dihadirkan juga berbeda

Identity of Community dan Kaitannya dengan *Startup*

Sebuah komunitas berdiri berdasarkan pengakuan dari mereka satu sama lain sebagai konsekuensinya (Hinchman, 1997). Sebuah komunitas memiliki identitas yang diterapkan untuk membuat pembeda yang berarti (*identity of community*). Penelitian oleh Puddifoot (1995), mengatakan terdapat 6 elemen utama sebagai pemicu munculnya *identity of community*, yaitu:

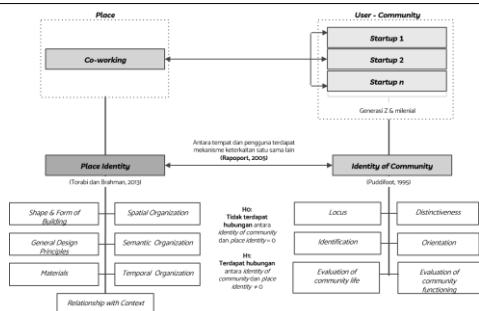
1. *Locus* (tempat), persepsi anggota terkait batas-batas komunitas seperti batas lingkungan, fitur fisik, dan atau pola hubungan sosial budaya
2. *Distinctiveness* (kekhasan), ekspresi fisik yang membedakannya dengan komunitas lain
3. *Identification* (identifikasi), rasa kepemilikan (emosional) yang dapat digambarkan secara fisik dan atau dalam bentuk pola hubungan sosial budaya
4. *Orientation* (orientasi), orientasi individu ke komunitasnya pada sejumlah dimensi seperti ketertarikan, rasa aman dan keterlibatan
5. *Evaluation of community life* (evaluasi kualitas kehidupan komunitas)
6. *Evaluation of community functioning* (evaluasi fungsi komunitas)

Community yang dimaksud pada penelitian ini adalah pengguna dari *co-working space*, yaitu sekelompok orang yang bekerja pada satu bidang tertentu. Secara spesifik *community* diwakili oleh beberapa kelompok *startup* yang menempati satu *co-working space* yang sama. Secara lebih mendalam, individu di dalam komunitas *startup* mayoritas merupakan generasi Y atau milenial (Esthi dan Ekhsan, 2020), termasuk juga generasi Z (Gomez et al., 2022). Keduanya memiliki keahlian dalam hal teknologi dan itu yang menjadikannya cocok dengan pekerjaan *startup* (Sentika et al., 2020). Dilihat dari pengguna khususnya dari Surabaya, hal tersebut dilatar belakangi oleh beberapa faktor seperti demografi (umur dan jenis kelamin), fisiografi, profesi, pendapatan dan domisili (Kartika, 2019).

Menurut penelitian Water-Lynch et al. (2016), mayoritas pengguna *co-working space* dikategorikan menjadi 3 jenis yaitu *independent knowledge worker* (pelajar dan mahasiswa), *freelancers* (pekerja lepas) dan *startup* (perusahaan rintisan). Dari 3 kategori tersebut, *startup* adalah komunitas yang berkaitan erat dengan identitas. Bagi mereka identitas adalah satu kunci untuk menonjolkan atau membangun suatu *brand company*. Pada konteks arsitektur, *startup* memiliki beberapa aspek yang mencirikan keberagaman identitas, sehingga dapat dikatakan bahwa *startup* mempunyai *identity of community*

Hubungan Teori *Place Identity* dan *Identity of Community*

Place identity adalah identitas yang dimiliki oleh *co-working space*. Sementara *identity of community* merupakan identitas dari komunitas *startup*. Baik *co-working space* maupun *startup*, masing-masing mempunyai karakter yang tidak sama, sehingga identitas yang disuguhkan juga berbeda. Dalam sumber oleh Rapoport (2005), *co-working space* berperan sebagai tempat dan *startup* berperan sebagai pengguna. Dikemukakan oleh teori yang sama bahwa antara tempat dan pengguna terdapat keterkaitan yang membuatnya saling berpengaruh termasuk dalam hal identitas (Gambar 1).



Gambar 1. Diagram Theoretical Framework (Analisa Penulis, 2023)

Berdasarkan tinjauan pustaka dan sintesa kajian teori yang telah diuraikan sebelumnya, peneliti mengajukan dugaan sementara (hipotesis) seperti berikut

1. H0: Tidak terdapat hubungan antara *place identity* dan *identity of community*
2. H1: Terdapat hubungan antara *place identity* dan *identity of community*

METODOLOGI PENELITIAN

Strategi Penelitian

Secara umum, karakter penelitian ini adalah *context-led*, yaitu jenis penelitian berdasarkan kondisi yang mungkin juga ditemukan di tempat lain sebagai kepentingan utama (Lucas, 2016). Kondisi tersebut ialah tentang *place*, *identity* dan *community* pada *co-working space* yang didalamnya terkandung nilai objektif dan subjektif. Maka dari itu, dipilihlah satu paradigma yang sesuai yaitu *post-positivism*. Pada *post-positivism*, peneliti memiliki jarak terhadap objek namun tidak lepas dari sumber pendukung untuk meningkatkan probabilitas (Groat dan Wang, 2013). Menurut Spence (2017), realitas pada paradigma ini dibentuk oleh objek sebagai pemegang informasi dan kemudian diolah sesuai kebutuhan individu. Terkait dengan paradigma, terdapat dua cara pendekatan dalam studi arsitektur, yaitu *etic* dan *emic* (Lucas, 2016). Penelitian ini menggunakan kedua jenis pendekatan tersebut. Secara *etic*, peneliti menganalisis berdasarkan fakta lapangan yang terkait dengan *co-working space* dan *startup*. Sementara secara *emic*, peneliti berinteraksi langsung dengan sampel, yaitu siapa-siapa saja yang berkaitan dengan konsep *place*, *identity* dan *community*. Dengan demikian, penelitian ini dilaksanakan secara kuantitatif menggunakan *correlational strategy*. Dengan strategi ini peneliti berusaha menemukan hubungan antara *place identity* dan *identity of community*. Selain itu, strategi ini digunakan untuk memberi validitas mengenai hipotesis hubungan keduanya.

Lokasi Penelitian

Penelitian ini mengangkat studi yang berfokus pada objek berupa *building* yaitu *co-working space*. Secara makro, Surabaya merupakan kota pertama dari Provinsi Jawa Timur dengan jumlah *co-working space* terbanyak (Nabila, 2019). Mengingat Surabaya merupakan ibu kota provinsi dengan perkembangan teknologi yang lebih unggul, dengan begitu dipilihlah Kota Surabaya sebagai lokasi penelitian. Kemudian secara mikro, penelitian ini

mengangkat studi pada *Koridor Co-working Space*. Menurut sumber koridor.surabaya.go.id, *Koridor Co-working Space* merupakan bagian dari visi Wali Kota Surabaya, Tri Rismaharini, untuk mendukung para kreator, innovator, dan wirausahawan lokal agar mampu bersaing pada tingkat global. Tempat ini termasuk dalam kategori publik, yang mana semua masyarakat Surabaya dapat mengakses tanpa dikenakan biaya. *Co-working space* yang beralamat di Jl. Tunjungan No. 1, Genteng, Surabaya ini berhubungan langsung dengan Gedung Siola, yang menjadikannya strategis sekaligus unik (Gambar 2).



Gambar 2. Lokasi Koridor Co-working Space yang Berhubungan Langsung dengan Gedung Siola (Adaptasi dari googlemaps.com)

Variabel Penelitian

Tabel 1. Identifikasi Variabel Penelitian

	Sub-variabel	Indikator	Sumber
Variabel Terikat (dependen) / Variabel Y			
Place Identity	Spatial Organization	Tata letak ruang (<i>layout</i>)	Torabi dan Brahma n (2013)
		Peletakan perabot (<i>furniture</i>)	
		Penggunaan dinding kaca	
	Semantic Organization	Warna	
		Logo	
	Temporal Organization	Ukuran	
		Pengelolaan Biaya sewa	
	Relationship with Context	Fasilitas pendukung	
		Lokasi jalan	
		Jenis kawasan	
Materials	Citra kawasan		
	Material		
General Design Principles	Tekstur		
	Struktur		
	Gaya arsitektur		
Shape and Form of Building	Suasana interior		
	Dekorasi dinding		
Identity of Community	Bentuk		
	Elemen garis		
Variabel Bebas (independen) / Variabel X			
Identity of Community	Locus	Jarak tempuh	Puddifot (1995)
	Distinctiveness	Jenis kelamin	
	Identification	Lama bekerja	
	Orientation	Umur	
	Evaluation of community life	Pendapatan	
	Evaluation of community functioning	Level pendidikan	
		Level pendidikan	

(Analisa penulis, 2023)

Secara kuantitatif, variabel yang digunakan dibagi menjadi dua jenis, yaitu variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen).

Variabel bebas yang digunakan adalah *identity of community* sebagai variabel X, sementara variabel terikatnya adalah *place identity* sebagai variabel Y. Baik variabel bebas maupun variabel terikat, keduanya memiliki sub-variabel yang jumlahnya lebih dari 1. *Place identity* memiliki 7 sub-variabel, *identity of community* memiliki 6 sub-variabel. Penjelasan mendetail dari masing-masing variabel yang di jelaskan pada Tabel 1.

Sampel Penelitian

Teknik penentuan sampel menggunakan *purposive sampling*. Teknik ini dipilih dengan menerapkan kriteria khusus, yaitu anggota *startup* yang bertempat di *Koridor Co-working Space* dan berasal dari generasi Y atau milenial (Esthi dan Ekhsan, 2020) maupun generasi Z (Gomez et al., 2022). Penggunaan kriteria tersebut didasari bahwa mereka adalah anggota paling dominan dalam kelompok *startup*. Selain itu, pemilihan sampel juga mempertimbangkan mereka yang pernah menggunakan dan mengenali *Koridor Co-working Space*. Kriteria ini ditetapkan agar data yang didapatkan bisa merepresentasikan kondisi yang sebenarnya. Sampel dalam penelitian kuantitatif mengacu pada Kerlinger dan Lee (2000), yang menyarankan jumlah minimal responden sebanyak 30. Dari 5 *startup* yang aktif menjalankan sistem *work from Koridor*, didapatkan sejumlah 67 responden yang terdiri dari 55 anggota dari generasi Z dan 12 anggota dari generasi Y atau milenial.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan secara primer dan sekunder. Data primer dikumpulkan secara langsung melalui observasi, dokumentasi dan kuesioner. Sementara data sekunder dikumpulkan secara tidak langsung melalui perantara, yaitu dengan bantuan arsip baik yang dipublikasikan maupun tidak. Pada pengumpulan data primer melalui observasi, peneliti berperan dalam *participant as observers*, dengan harapan peneliti dapat membentuk hubungan dengan responden. Dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data lapangan dalam bentuk foto dan memo. Kuesioner yang digunakan berupa serangkaian pertanyaan terbuka dan tertutup. Pertanyaan terbuka mencari tahu *identity of community* yang mana dari 6 sub-variabel didistribusikan menjadi 6 bulir pertanyaan terbuka. Sementara, pertanyaan tertutup digunakan untuk mengukur derajat penilaian pengguna terhadap *place identity* menggunakan skala *likert* dengan rentang pilihan jawaban 1 (Sangat Tidak Setuju) sampai 4 (Sangat Setuju). Dari total 7 sub-variabel, masing-masing didistribusikan menjadi 3 indikator, sehingga terdapat 21 bulir pertanyaan tertutup. Contoh pertanyaan terbuka dan tertutup tertuang pada Tabel 2. Kuesioner yang dibagikan antara tanggal 15 Februari sampai dengan 3 Mei 2023 ini disebarikan secara *online* melalui media komunikasi serta secara *offline* melalui *printout* yang diberikan langsung kepada responden.

Tabel 2. Contoh Pertanyaan Pada Kuesioner

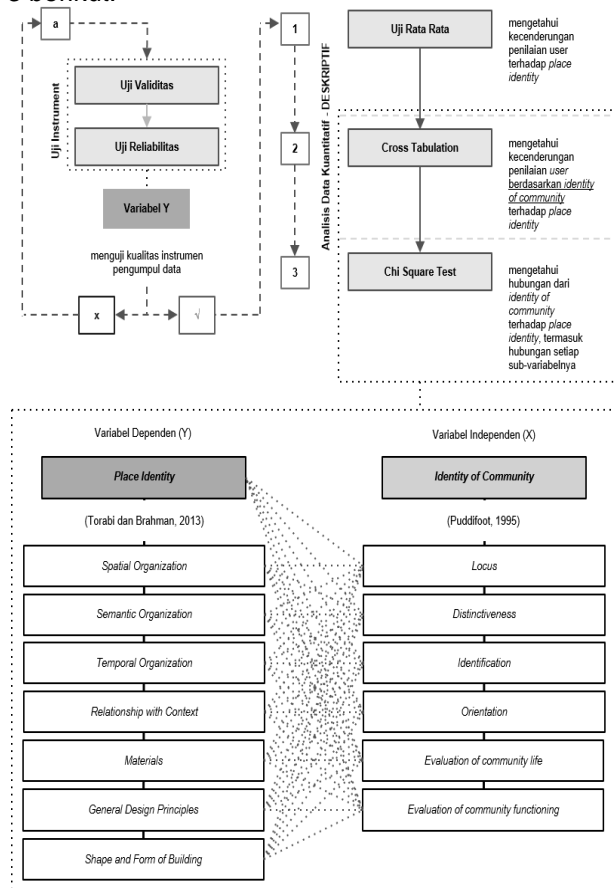
	Sub-var.	Contoh Pertanyaan	Pilihan Jawaban
Pertanyaan tertutup	Y1	Tata letak ruang (layout) dari Koridor Co-working Space menjadi ciri khas & pembeda dengan co-working space lain	Skala <i>likert</i> (1) Sangat tidak setuju (2) Tidak setuju (3) Setuju (4) Sangat setuju
		Peletakan perabot (furniture)...	
		Penggunaan dinding kaca...	
	
Pertanyaan terbuka	Y7	Bentuk bangunan... Elemen garis... Tampak bangunan ...	
	X1	Jarak tempuh (menit)	>60 31-60 15-30 <15
	X2	Jenis kelamin	Laki-laki Perempuan
	X3	Lama bekerja (bulan)	<4 4-5 6-12 >12
	X4	Usia	Gen. Z Gen. Y
	X5	Pendapatan	<UMR Sby =UMR Sby >UMR Sby
X6	Pendidikan	SMA S1 >S1	

(Analisa penulis, 2023)

Teknik Analisis Data

Mengingat bahwa penelitian dilaksanakan secara kuantitatif, maka teknik analisis data yang diterapkan yakni analisis data kuantitatif. Sebelum masuk pada tahapan tersebut, dilakukan uji *instrument* yaitu uji validitas dan uji reliabilitas untuk data dari variabel Y. Uji validitas menunjukkan kecermatan alat ukur untuk menyatakan hasil. Dasar pengambilan keputusan untuk menguji validitas adalah dengan melihat nilai *r* hitung dan *r* tabel. Nilai *r* tabel dengan 67 responden pada signifikansi 5% adalah 0,237. Apabila nilai *r* hitung > *r* tabel maka data tersebut valid. Selain itu validitas juga dapat dilihat dari nilai signifikansi. Jika nilai signifikansi <0,05 berarti data valid. Di sisi lain, uji reliabilitas menunjukkan keandalan alat ukur untuk memberikan hasil yang relatif konsisten dari waktu ke waktu. Dasar pengambilan keputusan untuk uji reliabilitas adalah dengan melihat Cronbach alpha (*r*). Nilai Cronbach alpha (*r*) yang dikatakan reliabel terdiri dari 3 kategori, yaitu apabila nilainya $0,40 \leq r \leq 0,70$ (reliabilitas sedang), jika nilainya $0,70 \leq r \leq 0,90$ (reliabilitas tinggi), dan ketika nilainya $0,90 \leq r \leq 1,00$ (reliabilitas sangat tinggi). Apabila tahap diatas dinyatakan lolos, maka tahapan dapat dilanjutkan pada proses analisis data kuantitatif. Tipe analisis data kuantitatif yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif melalui penyederhanaan data yang diolah dan disajikan pada tabel maupun diagram. Pada penelitian ini, analisis statistik deskriptif dilakukan dengan 3 langkah pengujian, antara lain uji rata-rata, tabulasi silang (*cross tabulation/crosstabs*) dan *chi-square test*. Pengujian rata-rata dilakukan untuk melihat kecenderungan penilaian pengguna terhadap *place identity*. Nilai rata-rata diperoleh dari penjumlahan seluruh data *place identity* untuk setiap responden dan setiap sub-variabel, yang kemudian dibagi dengan nilai tertinggi yang mungkin bisa diperoleh (dalam penelitian ini, dengan rentang skala likert 1-4 pada 21 pertanyaan kuesioner, nilai tertinggi yang mungkin diperoleh adalah $4 \times 21 = 84$). Selanjutnya

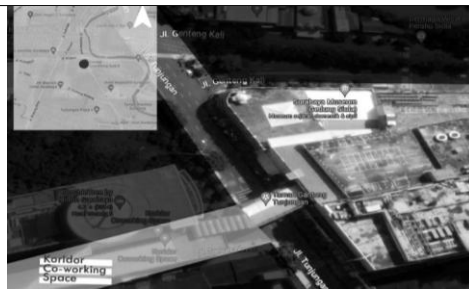
dilakukan pengkategorian berdasarkan rentang nilai rata-rata tertinggi (84 dibagi 84 = 1) hingga terendah (21 dibagi 84 = 0,25) untuk mengetahui derajat penilaian responden terhadap *place identity* dari *Koridor Co-working Space*. Kategori dibedakan menjadi 4 jenis, yaitu apabila nilai rata-rata berada pada kisaran $0,25 \leq r \leq 0,37$ (sangat rendah), ketika nilai rata-rata berada pada kisaran $0,38 \leq r \leq 0,58$ (rendah), jika nilai rata-rata berada pada rentang $0,59 \leq r \leq 0,79$ (tinggi), demikian juga bila nilai rata-rata berada pada rentang $0,80 \leq r < 1,00$ (sangat tinggi). Mengingat bahwa data yang terkumpul merupakan data nominal dan ordinal, maka pada tahap selanjutnya dilakukan analisis *crosstabs*. Secara khusus, analisis *crosstabs* yang digunakan adalah *chi-square*. Tabel *chi-square* menunjukkan hubungan ketika nilai signifikansi $< 0,05$. Dengan begitu, *chi-square* juga digunakan untuk menguji hipotesis mengenai ada tidaknya hubungan antara *place identity* dan *identity of community* secara umum termasuk hubungan masing-masing sub-variabelnya secara khusus. Dalam melakukan analisis kuantitatif, peneliti memanfaatkan bantuan *software SPSS Windows Ver. 26.0*. Tahapan teknik analisis data dijabarkan secara detail pada Gambar 3 berikut.



Gambar 3. Tahapan Analisis Data Kuantitatif (Analisa Penulis, 2023)

HASIL PENELITIAN

Koridor Co-working Space adalah salah satu *co-working space* yang berada di pusat Kota Surabaya, yaitu di Jl. Tunjungan No. 1, Genteng, Surabaya (Gambar 4).



Gambar 4. Lokasi *Koridor Co-working Space* (Adaptasi dari googlemaps.com)

Koridor Co-working Space dikelola oleh pemerintah setempat yakni dibawah naungan Disbudporapar (Dinas Kebudayaan Kepemudaan dan Olahraga serta Pariwisata). *Co-working space* yang diresmikan pada 10 November 2018 ini berbentuk seperti lorong koridor yang memanjang ke belakang (Larasati, 2020). Bangunannya sendiri terdiri dari 3 lantai, dan yang difungsikan sebagai *co-working space* berada di lantai 3. *Koridor Co-working Space* buka setiap hari, mulai Senin hingga Minggu. Jadwal tersebut bisa saja berubah sesuai dengan kegiatan yang dilaksanakan oleh pihak pengelola. Jam kerja operasional Hari Senin sampai Jumat adalah pukul 08.00-18.00, sementara Hari Sabtu dan Minggu adalah pukul 08.00-14.00

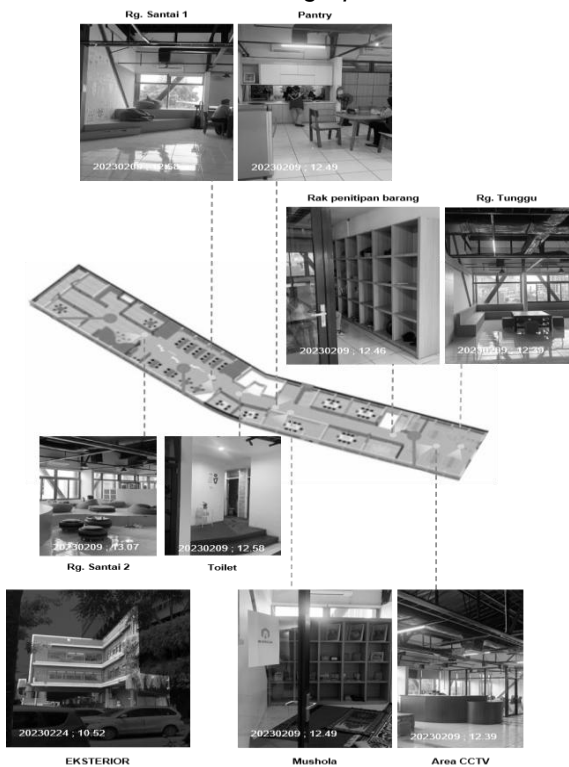
Berdasarkan arsip dan kegiatan observasi, peneliti melakukan kajian dan menghasilkan suatu kesimpulan bahwa *Koridor Co-working Space* memiliki beberapa keunikan yang menjadikannya berbeda dengan *co-working lain*. Keunikan tersebut berfokus pada sub-variabel dari *place identity* yang mana hasilnya tertuang pada Tabel 3 berikut

Tabel 3. Hasil Pengkajian Arsip dan Observasi *Koridor Co-working Space*

Sub-variabel	Indikator	Hasil
Spatial Organization	Tata letak ruang (layout)	Gabungan tipe <i>closed plan</i> dan <i>open plan</i>
	Peletakan perabot (furniture)	Semi fixed (boleh dipindah dengan syarat)
	Penggunaan dinding kaca	Semi terbuka
Semantic Organization	Warna	Gelap (dominan hitam)
	Logo	Jarang menggunakan logo
	Ukuran	Besar
Temporal Organization	Pengelolaan	Pemerintahan
	Biaya sewa	Gratis
	Fasilitas pendukung	Cukup lengkap
Relationship with Context	Lokasi jalan	Jalan arteri sekunder
	Jenis kawasan	Kawasan kota lama
	Citra kawasan	Area bersejarah
Materials	Material	Besi baja eksisting
	Tekstur	Kasar
	Struktur	Bentang lebar
General Design Principles	Gaya arsitektur	Industrial
	Suasana interior	Santai
	Dekorasi dinding	Penuh dekorasi
Shape and Form of Building	Bentuk bangunan	Terhubung dengan bangunan lain
	Elemen garis	Garis bersudut
	Tampak bangunan	Tanpa fasad

(Atansa et al., 2023)

Secara garis besar, masing-masing indikator diatas dapat digambarkan dari kondisi layout, interior dan eksterior bangunan *Koridor Co-working Space*. Yang pertama dalam hal layout, *Koridor Co-working Space* menerapkan kombinasi *closed plan* dan *open plan*. Ruang kerja *closed plan* menggunakan batasan berupa dinding penyekat berbahan dasar kaca semi terbuka. Jumlahnya 10 ruang, yang bersifat tipikal dengan kapasitas 6 hingga 8 orang sehingga luasannya berbeda. Sementara ruang kerja *open plan* terbuka tanpa pembatas dan bersifat komunal. Jumlahnya 1 ruang dan sering digunakan oleh *startup* yang memiliki anggota lebih dari 8 orang. Kemudian dalam hal interior, *Koridor Co-working Space* dominan memakai warna hitam. Warna hitam sebagian besar diterapkan pada area atap baik untuk warna material atapnya sendiri, yakni besi dan baja serta perpipaan yang membungkus *AC ducting*. Aplikasi area atap yang tidak tertutup plafon, menjadikan ruangnya terasa besar. Beberapa karakter diatas mengindikasikan gaya arsitektur industrial. Menurut Jevremovic et al. (2012), gaya arsitektur industrial berusaha mengekspos dengan sengaja elemen struktural atau mekanikal bangunan. Di sisi lain, dinding *Koridor Co-working Space* banyak dihiasi dekorasi, seakan melebur kesan kaku dari gaya arsitektur industrial sehingga terasa lebih santai. Lalu dalam hal eksterior, bangunan *Koridor Co-working Space* kurang dapat diidentifikasi karena kondisinya yang terhubung dengan bangunan lain. Diperkuat dengan tampak luarnya yang seperti bangunan tua tanpa logo ataupun nama yang jelas. Gambar 5 berikut merupakan dokumentasi *layout*, interior dan eksterior *Koridor Co-working Space*.



Gambar 5. Hasil Studi Dokumentasi *Koridor Co-working Space* (Adaptasi Penulis)

Pada tahap selanjutnya tiap sub-variabel dari *place identity* ditanyakan melalui pertanyaan kuesioner *skala likert*. Beberapa faktor terkait demografi juga ditanyakan mengingat hal tersebut dapat mempengaruhi penilaian seseorang terhadap suatu tempat (Kartika, 2019). Dengan begitu, didalam kuesioner terdapat pertanyaan terbuka yang menanyakan usia, jenis kelamin, pendidikan terakhir, jarak tempuh, lama bekerja dan pendapatan. Pertanyaan tersebut juga mewakili *identity of community* untuk menunjukkan sebaran responden. Dari data didapatkan, sebaran responden tertuang pada Tabel 4 berikut.

Tabel 4. Identifikasi Responden

Identity of Community	Responden (orang)	Presentase (%)
Usia		
Generasi Z	56	16,4
Generasi Y (milenial)	11	83,6
Total	67	100
Jenis kelamin		
Laki-laki	30	44,8
Perempuan	37	55,2
Total	67	100
Pendidikan		
SMA	26	38,8
S1	31	46,3
>S1	10	14,9
Total	67	100
Jarak tempuh		
>60 menit	5	7,5
31-60 menit	15	22,4
15-30 menit	29	43,4
<15 menit	18	26,9
Total	67	100
Lama bekerja		
<4 bulan	26	38,8
4-5 bulan	7	10,4
6-12 bulan	9	13,4
>12 bulan	25	37,3
Total	67	100
Pendapatan		
<UMR Surabaya	45	67,2
=UMK Surabaya	6	9
>UMK Surabaya	16	23,9
Total	67	100

(Analisa Penulis, 2023)

Berdasarkan tabel diatas, secara berturut dapat diketahui bahwa dari segi usia, mayoritas responden adalah mereka yang merupakan generasi Z. Dalam hal jenis kelamin, mayoritas responden merupakan perempuan. Tentang pendidikan, mayoritas responden memiliki pendidikan terakhir S1. Terkait jarak tempuh, mayoritas responden memiliki jarak tempuh antara rumah dengan *Koridor Co-working Space* antara 15-30 menit. Mengenai lama bekerja, mayoritas responden adalah mereka yang bekerja kurang dari 4 bulan. Dan yang terakhir, perihal pendapatan, mayoritas responden memiliki pendapatan kurang dari UMR Surabaya. Sebaran tersebut mengindikasikan penilaian *place identity* yang bervariasi.

PEMBAHASAN

Berdasarkan data yang telah terkumpul dilakukan analisis data kuantitatif yang diawali dengan

pengujian validitas dan reliabilitas. Hasilnya menunjukkan bahwa pada konteks penelitian ini, kuesioner dengan skala *likert* terbukti valid dan reliabel sebagai *instrument* pengumpul data. Hasil pengujian validitas dan reliabilitas disajikan pada Tabel 5 berikut:

Tabel 5. Hasil Uji *Instrument*

Uji Validitas				
Sub-variabel	Indikator	R Tabel	Sig.	Ket.
Spatial Organization	Tata letak ruang (layout)	0.827 >0.237	0.00 <0.05	Valid
	Peletakan perabot (furniture)	0.836 >0.237	0.00 <0.05	Valid
	Penggunaan dinding kaca	0.842 >0.237	0.00 <0.05	Valid
Semantic Organization	Warna	0.687 >0.237	0.00 <0.05	Valid
	Logo	0.808 >0.237	0.00 <0.05	Valid
	Ukuran	0.758 >0.237	0.00 <0.05	Valid
Temporal Organization	Pengelolaan	0.720 >0.237	0.00 <0.05	Valid
	Biaya sewa	0.813 >0.237	0.00 <0.05	Valid
	Fasilitas pendukung	0.754 >0.237	0.00 <0.05	Valid
Relationship with Context	Lokasi jalan	0.704 >0.237	0.00 <0.05	Valid
	Jenis kawasan	0.825 >0.237	0.00 <0.05	Valid
	Citra kawasan	0.736 >0.237	0.00 <0.05	Valid
Materials	Material	0.876 >0.237	0.00 <0.05	Valid
	Tekstur	0.898 >0.237	0.00 <0.05	Valid
	Struktur	0.795 >0.237	0.00 <0.05	Valid
General Design Principles	Gaya arsitektur	0.881 >0.237	0.00 <0.05	Valid
	Suasana interior	0.934 >0.237	0.00 <0.05	Valid
	Dekorasi dinding	0.868 >0.237	0.00 <0.05	Valid
Shape and Form of Building	Bentuk bangunan	0.869 >0.237	0.00 <0.05	Valid
	Elemen garis	0.865 >0.237	0.00 <0.05	Valid
	Tampak bangunan	0.780 >0.237	0.00 <0.05	Valid
Uji Reliabilitas				
Sub-variabel	Cronbach Alpha	Ket.		
Spatial Organization	0,777	Reliabilitas Tinggi		
Semantic Organization	0,615	Reliabilitas Sedang		
Temporal Organization	0,641	Reliabilitas Sedang		
Relationship with Context	0,624	Reliabilitas Sedang		
Materials	0,819	Reliabilitas Sedang		
General Design Principles	0,874	Reliabilitas Sedang		
Shape and Form of Building	0,787	Reliabilitas Sedang		

(Analisa Penulis, 2023)

Setelah dinyatakan valid dan reliabel, proses analisa dilanjutkan dengan analisis statistik deskriptif. Tahapan pertama yang dilakukan adalah pengujian rata-rata untuk melihat kecenderungan

penilaian responden terhadap *place identity*. Ditinjau dari sudut pandang responden, hasil memperlihatkan bahwa sebagian besar anggota *startup* (91,1%) menilai *place identity* dari *Koridor Co-working Space* tergolong unik dan sangat unik jika dibandingkan dengan *co-working space* lain. Hal ini dibuktikan dari Tabel 6 yang menunjukkan sejumlah 31 responden (46,3%) memberi penilaian *place identity* pada rentang 0,59 hingga 0,79 (tinggi), serta 30 responden (44,8%) memberi penilaian *place identity* pada rentang 0,80 hingga 1,00 (sangat tinggi)

Tabel 6. Penilaian *Place Identity Koridor Co-working Space* Berdasarkan Jumlah Responden

Kategori Nilai Rata-rata	Sebaran Responden (orang)	Presentase (%)
0,25 – 0,37 (sangat rendah)	0	-
0,38 – 0,58 (rendah)	6	8,9
0,59 – 0,79 (tinggi)	31	46,3
0,80 – 1,00 (sangat tinggi)	30	44,8
Total	67	100

(Analisa Penulis, 2023)

Di sisi lain, apabila ditinjau dari sudut pandang tiap sub-variabel, nilai rata-rata yang diperoleh juga termasuk dalam kategori tinggi dan sangat tinggi. Nilai rata-rata yang termasuk dalam kategori tinggi terdiri dari 5 sub-variabel antara lain *spatial organization*, *semantic organization*, *materials*, *general design principles* dan *shape and form of building*. Nilai rata-rata yang termasuk dalam kategori sangat tinggi terdiri dari 2 sub-variabel yaitu *temporal organization* dan *relationship with context*. Distribusi nilai rata-rata tersebut dapat dilihat pada Tabel 7 dibawah ini.

Tabel 7. Penilaian *Place Identity Koridor Co-working Space* Berdasarkan Sub-variabel

Sub-variabel	Sebaran Nilai Rata-rata	Kategori Nilai Rata-rata
Spatial Organization	0,74	Tinggi
Semantic Organization	0,79	Tinggi
Temporal Organization	0,80	Sangat tinggi
Relationship with Context	0,87	Sangat tinggi
Materials	0,72	Tinggi
General Design Principles	0,79	Tinggi
Shape and Form of Building	0,75	Tinggi

(Analisa Penulis, 2023)

Tahapan selanjutnya adalah penilaian *place identity* lebih dispesifikkan lagi berdasarkan *identity of community*. Pada tahap ini analisis menggunakan tabulasi silang (*cross tabulation/crosstab*) dengan melakukan *recoding* terhadap kategori *identity of community* dan *place identity*. *Recoding* dilakukan untuk memenuhi persyaratan pembuatan tabulasi silang dengan format 2X2. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, diketahui bahwa dari sudut pandang *identity of community* antara lain

dari segi usia baik generasi Z maupun milenial, dari segi jenis kelamin baik laki-laki maupun perempuan, dari segi pendidikan baik yang <S1 maupun ≥S1, dari segi jarak tempuh baik yang ≤30 menit maupun >30 menit, dari segi lama bekerja baik yang <6 bulan maupun ≥6 bulan, serta dari segi pendapatan baik <UMR Surabaya maupun ≥UMR Surabaya, ditemukan kecenderungan bahwa semua menganggap keseluruhan *sub-variabel place identity* dari *Koridor Co-working Space* memiliki nilai yang tergolong tinggi. Meskipun semuanya memberikan penilaian dalam tingkatan tinggi, secara mendetail terdapat perbedaan proporsi penilaian dari masing-masing kategori *identity of community*. Kemudian perihal *chi-square*, dari 48 pasang sub-variabel yang dihubungkan, ditemukan 2 pasang sub-variabel yang menunjukkan hubungan. Keduanya adalah sub-variabel pendidikan (X3) dengan *shape and form of building* (Y7) dan juga sub-variabel pendapatan (X6) dengan material (Y5). Tabel 8 berikut menyajikan hasil dari uji *crosstab* dan *chi-square*.

Tabel 8. Hasil *Crosstab* dan *Chi-square*

<i>Crosstab</i>	<i>Chi Square</i>
Pendidikan (X3) – Shape and Form of Building (Y7)	
X3.m [$<S1$]; Tinggi (66,7%)	Signifikansi; 0,017 <0.05
X3.n [$\geq S1$]; Tinggi (91,2%)	
Keterangan	
Proporsi penilaian oleh anggota dengan pendidikan $\geq S1$ (91,2%) lebih besar dibandingkan dengan anggota <i>startup</i> dengan pendidikan $<S1$ (66,7%)	Antara pendidikan (X3) dengan <i>shape and form of building</i> (Y7) ditemukan hubungan → H0 ditolak, H1 diterima
Pendapatan (X6) – Material (Y5)	
X6.m [$<UMR$ Surabaya]; Tinggi (80,4%)	Signifikansi; 0,046 <0.05
X6.n [$\geq UMR$ Surabaya]; Tinggi (57,1%)	
Keterangan	
Proporsi penilaian oleh anggota <i>startup</i> dengan pendapatan $<UMR$ Surabaya (80,4%) lebih besar dibandingkan dengan anggota <i>startup</i> dengan pendapatan $\geq UMR$ Surabaya (57,1).	Antara pendapatan (X6) dengan material (Y5) ditemukan hubungan → H0 ditolak, H1 diterima

(Analisa Penulis, 2023)

Antara sub-variabel pendidikan (X3) dan *shape and form of building* (Y7), didapatkan bahwa anggota *startup* dengan pendidikan $<S1$ maupun $\geq S1$ sama-sama menganggap bentuk dari *Koridor Co-working Space* memiliki karakter yang termasuk dalam kategori tinggi. Walaupun demikian, proporsi penilaian oleh anggota *startup* dengan pendidikan $\geq S1$ (91,2%) lebih besar dari proporsi penilaian oleh anggota *startup* dengan pendidikan $<S1$ (66,7%). Sehingga dapat diartikan bahwa bentuk *co-working space* yang unik dinilai lebih bagus oleh mereka yang merupakan anggota *startup* dengan pendidikan lebih tinggi ($\geq S1$). Di sisi lain, bentuk *co-working space* yang unik dinilai cukup bagus oleh mereka yang merupakan anggota *startup* dengan pendidikan yang kurang tinggi ($<S1$). Hubungan keduanya dibuktikan dari nilai signifikansi sebesar 0,014 ($<0,05$). Maka dari itu, pendidikan dari

anggota *startup* menjadi penting terhadap sub-variabel *shape and form of building* dari *Koridor Co-working Space*. Selanjutnya antara pendapatan (X6) dengan material (Y5) didapatkan bahwa anggota *startup* baik dengan pendapatan $<UMR$ Surabaya maupun $\geq UMR$ Surabaya sama-sama menganggap material dari *Koridor Co-working Space* memiliki karakter yang termasuk dalam kategori tinggi. Walaupun demikian, proporsi penilaian oleh anggota *startup* dengan pendapatan $<UMR$ Surabaya (80,4%) lebih besar dari proporsi penilaian oleh anggota *startup* dengan pendapatan $\geq UMR$ Surabaya (57,1%). Sehingga dapat diartikan bahwa material *co-working space* yang berkarakter dinilai lebih tinggi oleh mereka yang memiliki pendapatan lebih rendah ($<UMR$ Surabaya). Di sisi lain, material *co-working space* yang berkarakter dinilai cukup tinggi oleh mereka yang memiliki pendapatan lebih tinggi ($\geq UMR$ Surabaya). Hubungan keduanya dibuktikan dari nilai signifikansi sebesar 0,046 ($<0,05$). Maka dari itu, pendapatan dari anggota *startup* menjadi penting terhadap sub-variabel material dari *Koridor Co-working Space*.

Kondisi diatas menunjukkan bahwa dari semua sub-variabel *identity of community* dan sub-variabel *place identity* yang dihubungkan, sebagian besar sejumlah 46 pasang tidak membuktikan adanya hubungan, sehingga pada posisi tersebut H0 diterima dan H1 ditolak. Namun ditemukan 2 pasang sub-variabel yang berhubungan yaitu antara pendidikan (X3) dengan *shape and form of building* (Y7) serta antara pendapatan (X6) dengan material (Y5). Oleh karena itu, pada posisi ini H0 ditolak dan H1 diterima.

KESIMPULAN

Berdasarkan arsip dan kegiatan observasi serta dokumentasi, diketahui bahwa *Koridor Co-working Space* memiliki beberapa keunikan yang menjadikannya berbeda dengan *co-working* lain. Keunikan tersebut berfokus pada sub-variabel dari *place identity*. Kemudian berdasarkan data kuesioner yang disebar pada 67 responden, dilakukan analisis statistik deskriptif yang menghasilkan beberapa temuan. Temuan pertama dari hasil uji rata-rata, diketahui bahwa sebagian besar (91,1%) anggota *startup* menilai bahwa *place identity* dari *Koridor Co-working Space* tergolong unik dan sangat unik jika dibandingkan dengan *co-working space* lain. Selain itu, diketahui bahwa nilai rata-rata yang termasuk dalam kategori tinggi terdiri dari 5 sub-variabel yakni *spatial organization*, *semantic organization*, *materials*, *general design principles* dan *shape and form of building*. Dan nilai rata-rata yang termasuk dalam kategori sangat tinggi terdiri dari 2 sub-variabel yakni *temporal organization* dan *shape and form of building*. Selanjutnya dari hasil tabulasi silang, dilihat dari sudut pandang *identity of community* diketahui bahwa mayoritasnya menganggap tiap sub-variabel *place identity* memiliki nilai yang tinggi. Namun terdapat perbedaan proporsi penilaian dari masing-

masing kategori *identity of community*. Yang terakhir dari hasil *chi-square*, diketahui bahwa dari semua sub-variabel *identity of community* dan *place identity* yang dihubungkan, sebagian besar sejumlah 46 pasang tidak membuktikan adanya hubungan. Namun ditemukan 2 pasang sub-variabel yang berhubungan yaitu pendidikan dengan *shape and form of building* dan juga didapatkan dengan material. Dengan demikian, pada posisi ini H0 diterima dan H1 ditolak.

Penelitian ini berfokus pada satu lokasi penelitian, yang mana penentuan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Penelitian dapat dilanjutkan dengan melibatkan beberapa atau seluruh *co-working space* di Surabaya dengan penentuan sampel diluar teknik *purposive sampling*. Hal tersebut dapat dilakukan guna mendapatkan responden yang lebih banyak. Dengan demikian, data yang terkumpul dapat dilakukan analisis statistik yang lebih mendalam yaitu analisis statistik inferensial untuk menggeneralisasi hasil.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak yang telah memberi dukungan dan bantuan kepada:

1. Kepada Bapak Dr-Ing. Ir. Bambang Soemardiono dan Bapak Ir. Muhammad Faqih, M. S. A, Ph. D. selaku Dosen Pembimbing yang senantiasa memberi arahan dan bimbingan.

2. Kepada *Koridor Co-working Space* serta seluruh responden yang telah bersedia memberikan bantuan

DAFTAR PUSTAKA

- Alessia, U. S. A. I. (2019). How creative professionals reshape the historic city. The perspective of architects as managers of coworking spaces in Villanova district, Cagliari city. *Territorial Identity and Development*, 4(1), 35-49.
- Bacevice, P., Spreitzer, G., Hendricks, H. & Davis, D. (2019). How coworking spaces affect employees' professional identities. *Harvard Business Review*.
- Baim, C. (2013). *Mindful Coworking: Be Confident, Happy and Productive in Your Working Relationships*. Jessica Kingsley Publishers.
- Edwards, R. & Usher, R. (2007). *Globalisation & pedagogy: Space, place and identity*. Routledge.
- Ernawati, J. (2014). Hubungan aspek residensial dengan place identity dalam skala urban. *Journal of Environmental Engineering and Sustainable Technology*. 1(1). 21-32
- Esthi, R. B. & Ekhsan, M. (2020). The Effect of Millennial Intrinsic Value toward Employee Outcomes with Employee Benefit as Mediating Variable for Strengthening Indonesia's Startup Business. *Solid State Technology*, 63(2s), pp.8856-8871
- Gandrum, D. N. (2018). Pelan Place Identity Dalam Menciptakan Community Resilience di Wilayah Urban Fringe. *Jurnal Arsitektur ZONASI*, 1(2), 77-86.
- Garrett, L. E., Spreitzer, G. M., & Bacevice, P. A. (2017). Co-constructing a sense of community at work: The emergence of community in coworking spaces. *Organization Studies*, 38(6), 821-842.
- Gomez, K., Mawhinney, T. & Betts, K. (2022). *Welcome to Generation Z*.
- Groat, L. & Wang, D. (2002). *Architectural Research Methods*. John Wiley. New York
- Hauge, A. L. (2007). Identity and place: a critical comparison of three identity theories. *Architectural science review*, 50(1)
- Hinchman, L. P. & Hinchman, S. (Eds.). (1997). *Memory, identity, community: The idea of narrative in the human sciences*. Sunny Press.
- Howell, T. (2022). Coworking spaces: An overview and research agenda. *Research Policy*, 51(2) 104447.
- Jevremovic, P., Basic, M. & Juranovic, M. (2012). Aesthetic of Industrial Architecture in the Context of Industrial Buildings Conversion. *International Symposium*
- Kartika, D.I., Setijanti, P. & Septanti, D. (2019). Co-Working Space Design Preferences Factors at Surabaya User of Indonesia. *International Journal of Engineering Research and Advanced Technology-IJERAT* (ISSN: 2454-6135), 5(2), 13-19
- Kementerian Komunikasi dan Inforrmasi Republik Indonesia. (2021). Bergabung #1000StartupDigital, <https://1000startupdigital.id/>, diakses pada 16 Desember 2021
- Kementerian Komunikasi dan Informasi Republik Indonesia. (2021). Mencari startup yang #GoTheExtraMiles, <https://startupstudio.id.>, diakses pada 16 Desember 2021
- Kerlinger, F. N. & Howard, B. Lee. (2000). *Foundations of Behavioral Research*. 4th Edition. Florida: Harcourt Inc.
- Khairunnisa, C. I. & Anggraini, L. D. (2020). Minat Generasi Muda Terhadap Co-working Space di Kota Blitar. *Seminar Nasional Envisi 2020: Industri Kreatif*
- Kingma, S. (2019). New ways of working (NWW): work space and cultural change in virtualizing organizations. *Culture and Organization*, 25(5), 383-406
- Kojo, I. & Nenonen, S. (2016). Typologies for co-working spaces in Finland-what and how? *Facilities*
- Kopec, D. (2018). *Environmental psychology for design*. Bloosbury Publihing USA
- Kwiatkowsi & Buczynski. (2017). *Ultimate Coworking Lauch Sequence How to Build a Successful Coworking Communtiy*, paperback
- Lang, J. & Moleski, W. (2010). *Functionalism Revisited: Architectural Theory & Practice & the Behavioral Sciences*, Routledge
- Larasati, A. C. P. & Meirinawati, M. (2020). Manajemen Strategi Sentra Kreatif dan Teknologi Melalui Inovasi CAK eMUS dalam KORIDOR Coworking Space Pemerintah Kota Surabaya. *Publika*, 8(5).
- Lintang, L. R. (2019). *Perancangan Interior Koridor Coworking Space Surabaya*. Disertasi Doctoral Institut Seni Indonesia Yogyakarta
- Lucas, R. (2016). *Research methods for architecture*. Hachette UK
- MIKTI. (2021). *Mapping & Database Startup Indonesia 2021*.
- Mubarsyah, L. R. (2021). Pemkot Surabaya Akan Bangun Co-working untuk Kembangkan Sartup, <https://jawapos.com/surabaya/>, diakses pada 2 Desember 2021

- Nabila, M. (2019). Mengulis Bisnis “Coworking Space” Agar Menguntungkan, <https://dailysocial.id/>, diakses pada 8 Januari 2023
- Puddifoot, J. E. (1995). Dimensions of community identity. *Journal of Community & Applied Social Psychology*, 5(5), 357-370
- Purwanto, E. & Harani, A. R. (2020). Understanding the place attachment and place identity in public space through the ability of community mental map. In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*. Vol. 402, No. 1. P.012024. IOP Publishing
- Putri, H. S. & Satiawan, P. R. (2019). Penentuan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Lokasi Coworking Space di Kota Surabaya. *Jurnal Teknik ITS*, Vol. 8, No. 2
- Rapoport, A. (2005). *Culture Architecture & Design*. Locke Science Publishing Company, Inc. Chicago.
- Rodrigues, R. & Rituerto, M. D. (2021). Socio-economic impact assessments for new and emerging technologies. *Journal of Responsible Technology*.
- Sentika, S., Yunizar, Y. & Muizu, W. O. Z. (2020). Pengaruh Persepsi Mengenai Startup Terhadap Pilihan Berkaring di Bidang Startup Melalui Motivasi Pada Mahasiswa Generasi Y dan Generasi Z di Kota Bandung. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 4(3), 188-201.
- Shemirani, S. M. M. & Hodjati, V. (2013). Explanation to “Identity of Place” Model and Investigation of its Effective Factors. *American Journal of Scientific Research*, (86), 91-100.
- Spence, K. C. (2017). *A Primer on Theory in Architecture*. Taylor & Francis.
- Spinuzzi, C. (2012). Working alone together: Coworking as emergent collaborative activity. *Journal of business and technical communication*, 26 (4), 399-441
- Spinuzzi, C., Bodrosic, Z., Scaratti, G., & Ivaldi, S. (2019). “Coworking is about community”; but what is “community” in coworking? *Journal of Business and Technical Communication*, 33(2), 112-140
- Stedman R. (2002). Toward a social psychology of place: Predicting behavior from place based cognitions, attitude, and identity. *Environment and Behavior*, pp. 34, 561-581
- Sutriadi, R. & Fachryza, D. M. (2021). A phenomenon in urban disruption: the emergency of Coworking Spaces in Bandung. *Heliyon*, 7(7), e07663.
- Torabi, Z. & Brahman, S. (2013). Effective factors in shaping the identity of architecture. *Middle-East Journal of Scientific Research*, 15(1), 106-113.
- Tremblay, D. G. & Scaillerez, A. (2020). Coworking Spaces: New places for business initiatives? *Journal of Innovation Economics Management*, (1), 39-67.
- Twigger-Ross, C. L. & Uzzell, D. L. (1996). Place and Identity Processes. *Journal of Environment Psychology*, 16, 205-220.
- Waters-Lych, J., Potts, J., Butcher, T., Dodson, J., & Hurley, J. (2016). Coworking: A transdisciplinary overview. Available at SSRN 2712217.
- Weijs-Perree, M., van de Koeving, J., Appel-Meulenbroek, R., & Arentze, T. (2019). Analysing user preferences for co-working space characteristics. *Building Research & Information*, 47(5), 534-548