



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1. Sejarah Singkat Perusahaan

2.1.1. Sejarah Surya University

Surya University adalah universitas berbasis riset yang didirikan pada tahun 2013. Saat ini Surya University memiliki 200 peneliti bergelar S3 dengan 77 *research center*. Dengan visi menjadi universitas kebanggaan Indonesia di bidang sains dan teknologi, kehadiran Surya University sebagai *research based university* merupakan sebuah terobosan besar dan paradigma baru dalam dunia pendidikan tinggi di Indonesia. Inovasi ini diharapkan dapat melahirkan ilmuwan-ilmuwan dan teknopreneur masa depan yang mampu bersaing di era ekonomi berbasis pengetahuan yang semakin kompetitif.

2.1.2. ICONIC Center

ICONIC Center atau *Interactive Creative for Indonesia Culture* adalah salah satu bagian *cluster* dari Surya University (SU) yang berdiri pada 27 Agustus 2013. Center ini didirikan sebagai wadah bagi para peneliti Indonesia, maupun internasional yang memiliki ketertarikan dengan kebudayaan Indonesia, untuk membuat sebuah produk (berbasis teknologi) yang bertujuan untuk pengembangan budaya.

Riset yang dilakukan oleh ICONIC Center mencakup keseluruhan budaya yang ada di Indonesia. Selain itu center ini memiliki sasaran kepada kaum muda (usia 3 - 7 tahun) dimana bertujuan menumbuhkan rasa menghargai, dan nasionalisme dengan mengetahui budayanya sendiri yaitu budaya Indonesia, yang majemuk.

ICONIC Center berlokasi di Gedung 01 Scientia Business Park, Jl. Boulevard Gading Serpong Blok O/1 Summarecon Serpong, Tangerang. Untuk mengetahui info

lebih lanjut mengenai ICONIC Center dapat mengakses website nya www.welcome2iconic.com atau *facebook* ICONIC.

2.2. Visi Perusahaan

ICONIC menjadi media yang diakui keunggulannya dalam bagian mencerdaskan & melestarikan budaya Indonesia serta diperhitungkan dalam kancah regional. Berbasis budaya nusantara dengan kualitas internasional, secara berturut & bertahap beredar secara internasional dan berkontribusi membangun Indonesia jaya di Tahun 2030, serta menuju Indonesia Super Power 2045.

2.3. Misi Perusahaan

- a. ICONIC menjadi media yang unggul dalam metode pembelajaran akan budaya Indonesia.
- b. ICONIC menjadi media dalam melestarikan budaya Indonesia.
- c. ICONIC mengusahakan temuan & rekayasa di bidang interaktif melalui penelitian & perancangan.

2.4. Logo Perusahaan

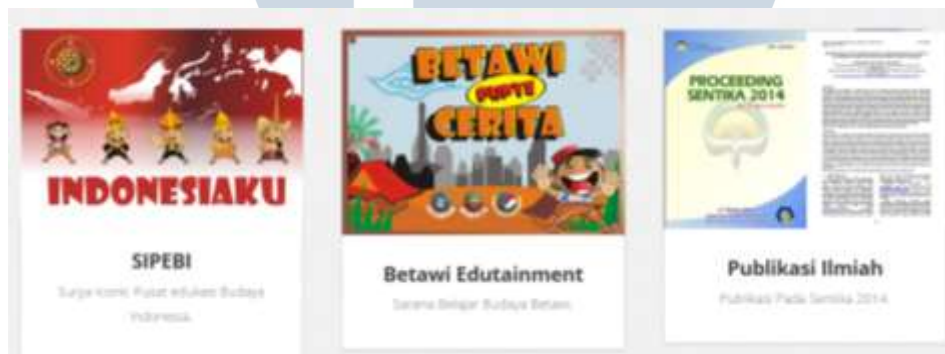


Gambar 2.1 Logo ICONIC Center
Sumber :Data Perusahaan

Logo ICONIC Center didominasi oleh warna *orange* yang memiliki arti kreatif, hangat dan lembut (energi, keceriaan) serta menimbulkan rasa optimis. Warna Brown mewakili kesederhanaan yang abadi, bersifat hangat, dan alami. Selain itu warna *brown* ini juga mencerminkan tradisi dan segala hal yang berhubungan dengan kebudayaan (rempah-rempah, ukiran kayu, alamiah). Warna *Turquoise* mewakili hal futuristik dan kecanggihan, didalamnya juga terdapat ketenangan dan ramah tamah serta kemewahan.

2.5. Portofolio ICONIC

Berikut merupakan beberapa hasil karya dari ICONIC Center dari tahun 2013. Hasil karya ini dapat dilihat lebih lanjut melalui *website* ICONIC.

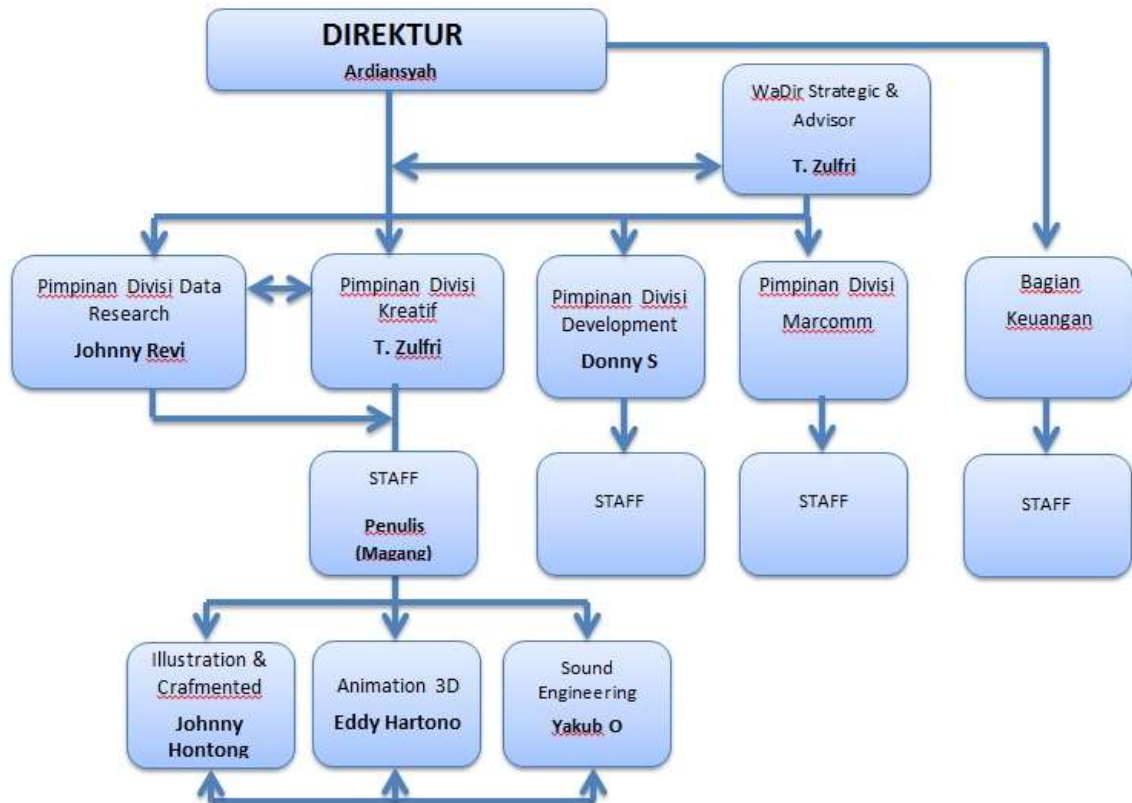


Gambar 2.2. Portofolio ICONIC

Sumber: Data Perusahaan

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

2.6. Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.3. Struktur Organisasi ICONIC Center
Sumber :Data Perusahaan

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A