

6. Dokumen Pendukung

Tidak ada

C. Bidang Kompetisi Fashion

Fashion pada dasarnya adalah gaya hidup masyarakat di suatu masa tertentu yang cenderung ditentukan, digemari dan digunakan sebagai *style* dalam berpenampilan. Cara berpenampilan tersebut tertuang dalam gaya berbusana yang digunakan sebagai media komunikasi serta ekspresi diri yang hadir sebagai respon dari berbagai peristiwa sosial, politik, ekonomi dan budaya serta teknologi sesuai tempat dan waktunya. Sehingga fashion di Indonesia dapat dikatakan sebagai Sehingga fashion di Indonesia dapat dikatakan sebagai salah satu media komunikasi dan ekspresi bangsa Indonesia yang perkembangannya disesuaikan dengan budaya bangsa serta mengangkat keragaman potensi sumber daya lewat cara berbusana.

Secara sederhana pengkategorian produk fashion dapat dikelompokkan menjadi:

- a) Kategori produk busana: produk busana pria, wanita dan anak. Busana meliputi busana atasan (jaket, kemeja, kaos, rompi) dan busana bawahan (celana, rok, sarung).



Gambar 17. Kategori Produk Busana dari kiri ke kanan adalah koleksi busana pria oleh label Ikat Indonesia, busana wanita oleh label Seratuskapas

- b) Kategori produk aksesoris: merupakan produk yang dikenakan untuk melengkapi produk busana agar seseorang dapat tampil lebih maksimal. Aksesoris meliputi produk alas kaki, tas, aksesoris kepala (kacamata, topi, kerudung, *hairpiece*), syal, dasi, perhiasan (seperti anting, kalung, gelang), sarung tangan, sapu tangan.



Gambar 18. Kategori Produk Aksesoris Scarf dari Label Sejauh MataMemandang dan tas dari Label Mytulisan.

I. Ketentuan Khusus Kompetisi Fashion

1. Dokumen Presentasi

Bidang Fashion mewajibkan agar format dan isi dokumen presentasi disesuaikan dengan format *Company Profile* wirausaha

BAB 1 : Judul karya, nama dan profil wirausaha: identitas perusahaan, pendiri, alamat

(telp, web, email, akun media sosial)

BAB 2 : Latar belakang, gagasan wirausaha

BAB 3 : Analisa S.W.O.T dari wirausaha

BAB 4 : Penjelasan konsep dan inspirasi produk (sertakan gambar moodboard). Konsep Produk berisi tentang deskripsi produk : maksud, tujuan, dan fungsi produk; *Unique Selling Point*; Sasaran (Target pasar); Nilai-nilai tambah produk (contohnya : dampak positif bagi lingkungan, pemberdayaan potensi lokal, penggunaan bahan-bahan yang ramah lingkungan, kesesuaian dengan tema Kidspreneurship 2021).

BAB 5 : *Business Plan Model Canvas (BMC)*; *Cash Flow*; Alur Produksi

BAB 6 : Visualisasi dari sketsa sampai finalisasi desain/rancangan (foto produk /karya, tipografi, logo, karakter, sistem grafis, skema warna, dsb);

BAB 7 : Dokumentasi dari proses pembuatan design produk (foto)

Ketentuan Dokumen Presentasi:

- Ukuran slide/keatas : A4, posisi kertas landscape (rebah)
- Format file : .pdf
- Jumlah maksimal : 15 halaman
- Ukuran file : maks 20 MB per dokumen



Gambar 19. Proses berkarya dalam bidang fashion secara berurutan dimulai dari pembuatan Moodboard, Ilustrasi Busana, Dokumentasi Pembuatan dan Produk Akhir.

2. Poster

Bidang fashion mengikuti ketentuan umum.

3. Foto

Bidang fashion mewajibkan peserta mensubmit foto dengan kualitas yang baik dan jelas.

Ketentuan Foto:

- Sertakan beberapa foto perbandingan objek karya dengan objek lainnya (misalnya: koin, pena, bola, dll) untuk memperlihatkan perbandingan dimensi (*scale view*)
- Sertakan beberapa foto *close up* jika diperlukan (menggunakan fitur zoom in atau lensa khusus makro untuk memperlihatkan detail dan tekstur bahan);
- Karya boleh difoto menggunakan kamera seadanya yang dimiliki oleh finalis dari perangkat mobile (handphone, tablet, kamera analog, kamera mirrorless, maupun DSLR)

- Latar foto wajib berwarna polos dan kontras berbeda warnanya dengan objek karya;
- Perhatikan pencahayaan dalam pengambilan foto agar objek karya tidak gelap sebagian atau terlalu banyak cahaya
- Hindari penggunaan fitur atau filter beautified seperti blur, bokeh/halo, dan sejenisnya yang dapat mengganggu detail image objek, (penggunaan fitur dimaksud di perbolehkan untuk keperluan lain seperti untuk di poster, presentasi atau di unggah di media social
- Ukuran resolusi image : min 150dpi
- Format file: .jpg
- Ukuran file: maks 10MB per foto

4. Video

Bidang fashion mengutamakan video yang menunjukkan karya wirausaha terlihat dikenakan/diperagakan oleh model yang sesuai dengan konsumen/target market. Pengambilan adegan dalam video (live shooting atau slideshow dengan penambahan musik latar atau narasi) yang dapat menunjukkan keunikan/kelebihan produk (inovasi, potensi lokal, unsur ramah lingkungan, dan kebermanfaatan karya wirausaha) sesuai tema utama Kidspreneurship 2021 yaitu Festival EPIK 2K21 dengan durasi video 1–2 menit.

Contoh video :

Sejauh Mata Memandang

(<https://www.youtube.com/watchYv=Uui3EEEx CCyQ>), **Kami Idea**

(<https://www.youtube.com/watchYv=A5F-gwDSiW9w>)

- Video diunggah ke akun Youtube pribadi/finalis dengan privasi pengunggahan yang dipilih adalah "tidak publik" dengan format judul Kidspreneurship Festival EPIK 2K21, Bidang Kompetisi, Nama Produk-Teaser Profil. Link Video wajib dicantumkan pada saat submit kelengkapan ke Panitia Kidspreneurship

melalui email kidspreneurship@hbics.sch.id pada tanggal 31 Maret – 22 April 2021.

- Finalis melakukan pengisian identitas & upload hasil karya finalis di website Kidspreneurship 2021. Link website akan dikirimkan saat pengumuman kategori 10 besar.

D. Bidang Kompetisi Aplikasi dan Permainan Interaktif Digital (Digital Game)

Bidang wirausaha aplikasi dan permainan interaktif digital hadir sebagai hasil dari kolaborasi antara bidang rekayasa (teknologi komputer, telekomunikasi, dan informasi digital) dan bidang desain (desain grafis, user interface, dan desain interaksi) sebagai salah satu bidang yang berkembang pesat seiring fenomena global yang terjadi saat ini yaitu revolusi industri 4.0. Bidang wirausaha aplikasi dan permainan interaktif digital mencakup aktivitas perancangan (desain), pengembangan purwarupa (prototyping), dan upaya kewirausahaan. Seluruh aktivitas ini harus dilakukan secara kreatif untuk menciptakan inovasi sebagai solusi terhadap masalah-masalah yang muncul di masyarakat sekitar dengan cara memberikan informasi, mempermudah akses, mempermudah kinerja, mempermudah belajar, dsb. Karya produk atau jasa dari bidang aplikasi dan permainan interaktif digital dikatakan baik jika memiliki manfaat positif yaitu dapat menyelesaikan masalah atau memenuhi kebutuhan masyarakat dalam hal tertentu dengan memenuhi dua prinsip berikut :

- I. ***Prinsip usability*** (mudah digunakan) : Desain Aplikasi/game digital tidak cukup hanya memiliki manfaat yang positif, namun dapat dengan mudah digunakan, atau mudah dikuasai/ dipahami cara penggunaanya. Hal ini terkait dengan perancangan antar muka (*interface*) yang informatif.
- II. ***Prinsip user experience*** : Desain aplikasi/game digital juga harus dapat menghadirkan pengalaman yang positif bagi penggunanya. Pengalaman positif tersebut yaitu sebuah pengalaman dalam penggunaan/bermain yang menyenangkan, menghibur, memotivasi dan otentik (memenuhi keinginan emosional pengguna). Hal ini terkait dengan desain interaksi dan antar muka yang menarik, unik, dan artistik. Adapun aspek-aspek penting dalam kedua prinsip ini dapat dilihat pada tabel berikut :