

## ABSTRAK

### PERANCANGAN PROMOSI FOOTSTEP FOOTWEAR *BRAND* LOKAL BANDUNG

Indonesia memiliki kekuatan dalam bidang *fashion* yang dibuktikan dengan banyaknya anak muda Indonesia yang mengharumkan nama bangsa dengan membawa desain-desannya pada ajang Internasional. Namun, ternyata menurut survei ternyata 60% masyarakat Indonesia lebih memilih untuk membeli produk luar negeri daripada produk lokal. Footstep Footwear salah satu produk lokal Bandung adalah merek lokal yang sudah ada sejak tahun 2012, tetapi *brand* ini masih banyak yang belum mengetahuinya dikarenakan oleh masyarakat yang kurang sadar kepada produk produk lokal yang ternyata juga tidak kalah saing dengan produk luar. Penulis ingin membuat perancangan media promosi kepada merek lokal Footstep Footwear, agar merek ini menjadi dikenal oleh masyarakat Indonesia. Penulis pun menggunakan metode kualitatif dan menggunakan strategi kreatif agar merek lokal ini dapat dipahami oleh masyarakat Indonesia serta mudah untuk dipahami. Oleh sebab itu, perancangan promosi yang dibuat penulis ini dapat membuat masyarakat Indonesia menjadi sadar akan merek lokal khususnya Footstep Footwear.

Kata Kunci : *Promosi, Fashion, Style, Merek Lokal, Media.*