

ABSTRAK

Seperti yang banyak diketahui pasar di Indonesia banyak didominasi oleh produk-produk internasional yang tak terhingga jumlahnya. Tak hanya itu, tidak sedikit juga warga negara Indonesia yang lebih memilih menggunakan produk-produk internasional, daripada produk-produk asal negeri sendiri, tidak terkecuali pada produk-produk *fashion*. Merek *Fashion* Lokal di Indonesia sebenarnya sudah cukup mengalami apresiasi di negara sendiri, namun segelintir masyarakat hanya akan menggunakan, atau mengonsumsi merek lokal yang sudah memiliki exposure yang baik di masyarakat. Hal inilah yang memicu berbagai kemunculan merek-merek lokal baru yang hadir meramaikan pasar *fashion* Indonesia dengan membuat berbagai karya yang bernilai jual bagus. Namun, dengan banyaknya merek lokal yang bermunculan, mengakibatkan munculnya persaingan, sehingga mengakibatkan merek yang memiliki kekurangan dalam sektor promosi akan tertindih dengan merek-merek yang berhasil melakukan promosi dengan baik, dan pada akhirnya kebanyakan dari merek-merek tersebut tidak banyak diketahui oleh masyarakat umum. Melalui Direktori Online *Brand Fashion* Lokal ini diharapkan dapat membantu menyebarkan berbagai macam merek-merek lokal, dan informasi terkait merek-merek lokal yang sedang berkembang di Indonesia.

Kata Kunci: Direktori Online, Merek Lokal, *Fashion*, Produk Lokal

ABSTRACT

It has been widely known that the market in Indonesia is dominated by countless international products. Not only that, not a few Indonesian citizens who prefer to use international products, rather than products from their own country, are no exception to fashion products. Local Fashion Brands in Indonesia have actually experienced enough appreciation in their own country, but few people will only use, or consume local brands that already have good exposure in the community. This is what triggered the emergence of new local brands that are present enliven the Indonesian fashion market by making a variety of works that are worth selling well. However, with the number of local brands popping up, resulting in the emergence of competition, resulting in brands that have shortcomings in the promotional sector will be overlapped with brands that successfully do well promotions, and in the end most of those brands are not widely known to the general public. Through the Online Directory of Local Fashion Brands is expected to help disseminate a wide range of local brands, and information related to local brands that are developing in Indonesia.

Keywords: Online Directory, Local Brand, Fashion, Local Products