

DAFTAR GAMBAR

Gambar I. 1 Kontribusi PDB ekonomi kreatif menurut subsektor.....	1
Gambar I. 2 Produk Prana.....	2
Gambar I. 3 Omset penjualan Prana Januari-Oktober 2017	4
Gambar III. 1 Model Konseptual	24
Gambar III. 2 Sistematika pemecahan masalah	26
Gambar IV. 1 Hirarki AHP	35
Gambar IV. 2 Logo Prana	42
Gambar IV. 3 Promosi penjualan Prana.....	43
Gambar IV. 4 Penjualan personal Prana	45
Gambar IV. 5 Kemasan produk Sukkha Citta.....	45
Gambar IV. 6 Logo Prana	46
Gambar IV. 7 Promosi penjualan Sukkha Citta	47
Gambar IV. 8 Penjualan personal Sukkha Citta.....	49
Gambar V. 1 <i>E-mail subscribe</i> Sukkha Citta	62
Gambar V. 2 Gambar Tampilan utama situs web <i>e-commerce</i> Sukkha Citta.....	63
Gambar V. 3 Jumlah pengguna Instagram di Indonesia	69
Gambar V. 4 Pengaruh media sosial terhadap keputusan pembelian	70
Gambar V. 5 Referensi konten testimoni.....	72
Gambar V. 6 Format konten promosi berbayar Instagram	76
Gambar V. 7 <i>Aesthetic snapshot</i>	77
Gambar V. 8 <i>Spokeperson</i> publik figur Sukkha Citta.....	78
Gambar V. 9 <i>Traditional endorsement</i> Sukkha Citta.....	78
Gambar V. 10 Tahapan pengimplementasian program komunikasi pemasaran Prana	91