



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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 III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Praktik kerja magang dilaksanakan selama 3 bulan di MuslimahDaily.com, dan ditempatkan pada divisi *account executive*. Divisi *account executive* berada langsung di bawah pimpinan *Chief Executive Officer* yang mendukung aktivitas kinerja di MuslimahDaily.com. *Account executive* memiliki tugas dan tanggung jawab untuk dapat berhubungan baik dengan klien lama ataupun baru, serta mencari klien baru untuk dapat menganalisa kebutuhan klien, selain itu seorang *account executive* perlu memiliki sikap disiplin, dapat bernegosiasi, dan ramah kepada klien ataupun tim internal. Divisi *account executive* di MuslimahDaily.com juga turut serta untuk memikirkan konten yang dibutuhkan oleh klien agar mendapatkan hasil yang sesuai dengan keinginan klien.

Dalam melaksanakan praktik kerja magang, penulis berkoordinasi langsung dengan divisi kreatif ataupun divisi jurnalistik untuk dapat berdiskusi terkait permintaan klien yang disesuaikan dengan kebutuhan *brand* tersebut, dan dalam *brainstorming* biasanya dibantu oleh *Editor In Chief* yang juga mendukung dalam aktivitas pekerjaan baik anak *intern* ataupun karyawan. Selama melaksanakan tugas harian penulis juga dibimbing langsung oleh Rosyidah selaku *Editor In Chief* di MuslimahDaily.com, sehingga sangat jarang berkomunikasi dengan karyawan yang bekerja sebagai *account executive* itu sendiri di MuslimahDaily.com. Hal itu dilakukan guna membantu kelancaran penulis dalam melaksanakan praktik kerja magang apabila terdapat berbagai hal yang belum dipahami oleh penulis karena melihat Rosyidah yang juga merupakan *founder* dari MuslimahDaily.com.

Selain berkoordinasi dengan divisi kreatif yang membantu dalam rangkaian penampilan ide kreatif pada *platform* MuslimahDaily.com, penulis

juga berkoordinasi langsung oleh divisi jurnalistik untuk membantu dalam memenuhi permintaan klien terkait penayangan artikel yang akan disesuaikan dengan kebutuhan *brand* tersebut. Pembuatan konten yang diinginkan klien tentunya melewati tahap pra produksi, produksi, dan pasca produksi untuk mendapatkan hasil terbaik sesuai yang diinginkan oleh klien.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Divisi *account executive* memiliki peranan penting pada suatu perusahaan, terlebih di MuslimahDaily.com, dengan adanya *account executive* dapat meningkatkan penghasilan perusahaan untuk menunjang aktivitas operasional perusahaan secara keseluruhan. Maka dari itu, *account executive* harus memiliki komunikasi yang baik kepada calon klien maupun klien yang ada untuk dapat menawarkan layanan penempatan iklan yang dimiliki oleh MuslimahDaily.com dan perlu untuk menjalin hubungan jangka panjang kepada klien yang sudah pernah menggunakan layanan MuslimahDaily.com agar dapat menawarkan layanan terbaru lainnya.

Pada praktik kerja magang yang dilakukan sebagai seorang *account executive*, penulis terlebih dahulu diperkenalkan dan dibimbing untuk mengetahui alur kerja dan ruang lingkup divisi yang dimiliki oleh MuslimahDaily.com. Divisi *Account executive* tentu akan berhubungan dengan semua divisi terkait yang dimiliki untuk membantu dalam memenuhi kebutuhanklien sehingga perlu menjalin hubungan yang baik antar sesama divisi yang ada. Lalu, penulis mulai dijelaskan mengenai *pipeline* untuk menunjang pencarian klien dengan mengidentifikasi *brand* terlebih dahulu yang nantinya mencatat data yang diperlukan, mencari dan mulai *approach* klien sesuai target yang dituju, menghadiri pertemuan janji dengan klien dan membuat notulen atau laporan tertulis berdasarkan pertemuan bersama klien tersebut, menjelaskan layanan MuslimahDaily.com melalui via WhatsApp ataupun *Google meet* yang dilihat sesuai kebutuhan dari *brand* tersebut. Selama praktik kerja magang penulis mendapatkan dan memegang beberapa klien, yaitu Isef Indonesia, Haitwo, Laxing, dan Lapak Handmade. Adapun

pekerjaan yang setiap minggu dilakukan oleh penulis selama magang di MuslimahDaily.com, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. 1 Pekerjaan yang Dilakukan

No	Jenis Pekerjaan	Uraian Kegiatan	September			Oktober				November				Desember		
			1	2	3	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3
1	Melakukan <i>riset</i> terhadap <i>brand</i>	Mencari dan menghubungi calon klien melalui via WhatsApp, Email, dan DM Instagram dengan mengirimkan media kit dan <i>rate card</i>														
		Melakukan <i>follow up</i> pada potensial klien														
2	Membuat <i>creative brief</i>	Mengirimkan proposal penawaran setelah melakukan <i>meeting</i> dengan klien														
3	Membuat <i>list member</i>	Mencari orang dalam meramaikan kampanye <i>brand</i> yang akan berjalan dan melakukan <i>report insight</i> yang di dapatkan setelah kampanye dilakukan														

4	<i>Monitoring and Controlling</i>	Melakukan monitor konten atau artikel yang akan ditayangkan																			
---	-----------------------------------	---	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

3.3.1 Proses Pelaksanaan Tugas

Selama melaksanakan praktik kerja magang, penulis ditempatkan pada divisi *account executive* yang memiliki peran penting pada suatu perusahaan agar mendapatkan klien potensial untuk dapat bekerja sama sehingga terciptanya keuntungan bagi kedua belah pihak. Dengan adanya *account executive* di MuslimahDaily.com berdampak cukup besar karena dapat meningkatkan keuntungan dan pendapatan bagi perusahaan.

Adapun kegiatan yang dilakukan selama magang, dimulai dengan penulis diberi pemaparan mengenai alur kerja sebagai *account executive* terutama dalam mencari klien, bagaimana melakukan presentasi yang baik, hingga meyakinkan klien untuk mau melakukan kerja sama, dan mempertahankan klien yang ada di MuslimahDaily.com. Penulis perlu memahami secara dalam mengenai perusahaan itu sendiri dan *product knowledge* yang ada mulai dari *media kit*, *rate card*, dan *template* yang sesuai untuk memulai mencari klien, dengan memahami layanan yang dimiliki oleh MuslimahDaily.com tentu memudahkan penulis dalam melaksanakan praktik kerja magang sehingga mampu untuk mengkomunikasikan layanan tersebut dan mampu dalam memikirkan solusi ide kreatif lain yang diberikan kepada klien. Dapat diuraikan tugas yang telah penulis kerjakan selama kerja magang dilakukan, sebagai berikut:

- Melakukan riset *brand*

Kegiatan yang biasanya dilakukan oleh penulis sehari-hari yaitu melakukan riset *brand* untuk dapat di *approach* sesuai yang

ditargetkan atau melihat *value* dari perusahaan, riset *brand* ini dilakukan dengan membuat daftar potensial klien sebanyak-banyaknya dan dimasukkan ke dalam *google spreadsheet* yang biasanya disebut *pipeline*. Dilansir dari Ekrut.com (Ekrut Media, 2021) *pipeline* atau *sales pipeline* adalah suatu alat yang digunakan untuk memasukkan data sebanyak-banyaknya dengan adanya 5 tahapan yaitu:

1. Menentukan calon pembeli (*prospecting*), pada tahap ini biasanya penulis menentukan kategori bisnis apa yang dapat atau sedang marak beredar di media sosial seperti apakah kategori *skincare*, *fashion*, dan lain sebagainya.
2. Melihat kualifikasi *brand* paling tepat yang memungkinkan sesuai dengan *value* perusahaan (*qualifying*), di tahap ini penulis biasanya melihat melalui media sosial dari *brand* tersebut terkait konsumen yang biasanya membeli produknya seperti apakah kriterianya cocok atau tidak dengan *followers* yang dimiliki oleh MuslimahDaily.com, dengan begitu mempermudah penulis dalam mencari klien yang sekiranya dapat melakukan kerja sama yang saling menguntungkan di MuslimahDaily.com, dan sekaligus penulis mencari data dari *brand* tersebut seperti Email, nomor WhatsApp, ataupun via *direct message* Instagram untuk dapat dihubungi.
3. Melakukan kontak (*contacting*), setelah mendapatkan data yang diperlukan, penulis mulai menghubungi calon klien potensial, diawali melalui nomor WhatsApp atau via *direct message* Instagram yang biasanya akan diarahkan untuk mengirimkan *media kit* melalui Email, dan sewaktu-waktu akan melakukan *follow up*.
4. Membangun hubungan yang baik (*building relationship*), seorang *account executive* tentu harus dapat melakukan

komunikasi yang baik kepada calon klien baru ataupun klien lama agar menciptakan citra yang positif kepada perusahaan sehingga calon klien atau klien baru akan merasa nyaman dan yakin untuk melakukan kerja sama kedepannya.

5. Penutup (*closing*), pada tahap ini yang dilakukan oleh penulis yaitu dengan membuat keterangan terkait apakah calon klien tersebut ingin melakukan kerja sama atau adanya penolakan.

Pembuatan *pipeline* melalui *google spreadsheet* yaitu untuk memudahkan *supervisor* dalam pengecekan tugas harian yang biasanya dilakukan oleh penulis, *pipeline* ini diawali dengan memahami terlebih dahulu alur kerja *account executive* dan hal lain seperti *media kit*, *channel* media sosial MuslimahDaily.com (Instagram, TikTok, dan Youtube) untuk mengetahui spesifikasi *brand* yang sebelumnya telah bekerja sama dengan MuslimahDaily.com.

- Membuat *creative brief*

Creative brief merupakan salah satu faktor penting yang dapat menyukseskan suatu kampanye iklan yang akan dijalankan. Dalam membuat *creative brief* tentu harus memahami kampanye apa yang ingin dijalankan, dan sebelum memasuki tahap eksekusi tentunya perlu mengetahui maksud, tujuan, harapan, dan alasan yang jelas mengapa kampanye tersebut harus berjalan. Pembuatan *creative brief* tentunya berdasarkan informasi yang di dapat dari *client brief* yang nantinya dituangkan dalam proposal. *Creative brief* bukan hanya sebuah dokumen semata, namun suatu alat yang memfasilitasi komunikasi secara menyeluruh dan jelas dari awal hingga akhir saat proses kampanye dilakukan.

Adapun *creative brief* dalam buku (Kelley, Larry D & Jugenheimer (2006, p.93) yang menjelaskan *creative brief* versi

Young and Rubicam (Y&R), berikut yang penulis lakukan saat membuat informasi dasar, yaitu:

1. *Key fact*

Menjelaskan kondisi fakta sebenarnya terkait produk tersebut. Sebagai contoh penulis melakukan riset tentang *product knowledge* dari Laxing terlebih dahulu, dapat dikatakan Laxing merupakan obat tradisional yang terbuat dari bahan-bahan alami untuk menjaga kesehatan pencernaan dan melancarkan buang air besar (BAB). Laxing juga bekerja secara efektif kepada orang yang mengalami masalah sembelit atau sulit buang air besar, Laxing aman dikonsumsi oleh dewasa maupun anak-anak yang sudah berumur 12 tahun keatas, namun tidak dapat dikonsumsi oleh wanita hamil dan menyusui. Dalam hal ini, produk Laxing sudah ditegaskan untuk melancarkan buang air besar, namun pada kenyataannya banyak yang salah artikan bahwa Laxing ini merupakan obat pelangsing yang dapat menurunkan berat badan, seperti yang sudah penulis cari tau melihat pada sumber di internet bahwa obat pencahar kerap kali digunakan untuk menurunkan berat badan, dan setelah berdiskusi dengan klien dari Laxing juga penulis menemukan faktanya konsumen sudah *aware* dengan produk Laxing, akan tetapi sebagian dari konsumen melihat obat pencahar merupakan obat yang dapat melangsingkan tubuh mereka.

Gambar 3. 1 Riset problem Laxing



Sumber: Hello Sehat

2. *Problem that advertising must solve*

Setelah mengetahui masalah yang terjadi tentu hal tersebut perlu dipecahkan oleh iklan sehingga tujuan dapat tercapai. Dengan sudah mengetahui masalah yang kerap kali disalahartikan oleh masyarakat mengenai Laxing, membuat penulis perlu meyakinkan masyarakat mengenai kampanye yang akan dijalankan bahwa Laxing merupakan obat tradisional yang terbuat dari bahan alami 100% untuk melancarkan buang air besar (BAB) bukan obat pelangsing.

3. *Advertising objective*

Mendeskripsikan mengenai tujuan apa yang ingin di iklankan melalui kampanye yang dijalankan. Adapun objektif dari Laxing yang ingin dikampanyekan pada *platforms* MuslimahDaily.com:

- a. Memberikan edukasi seputar Laxing dan mengkomunikasikan produknya (menciptakan *awareness*) kepada *followers* MuslimahDaily.com maupun pelanggan bahwa Laxing merupakan obat tradisional yang terbuat dari bahan alami 100% untuk melancarkan buang air besar (BAB) bukan obat

pelangsing.

- b. Laxing ingin meningkatkan jumlah *followers* pada akun *official* Instagram setelah kampanye dilakukan di MuslimahDaily.com.
- c. Mengarahkan pembelian produk kepada pelanggan melalui situs *e-commerce* resmi Laxing.

4. *The creative strategy*

Pada poin ini, penjelasan mengenai apa yang akan dilakukan dalam menunjang aktivitas *campaign* yang sedang berjalan. Melihat laxing sendiri memilih *introduction & engagement package* yang dimiliki oleh MuslimahDaily.com, dengan menemukan hastag yang sesuai yaitu #LancarinPakaiLaxing. Penulis juga telah memikirkan strategi ide konten sementara yang nantinya dapat disesuaikan oleh kebutuhan Laxing.

Gambar 3. 2 Strategi pemasaran Laxing



Sumber: Data Olahan Penulis

- Melakukan *list member*

List member dilakukan untuk membantu klien dalam meningkatkan *awareness* dari suatu *brand* yang nantinya melakukan *posting* di Instagram baik berupa *feed* ataupun *story* yang disesuaikan dengan permintaan klien. Dalam hal ini, *account executive* yang akan mencarikan seseorang untuk dapat mengiklankan atau menyebarkan informasi seputar *brand* agar dapat memenuhi kebutuhan klien. Adapun contoh *brand* yang penulis pegang dalam pencarian seseorang untuk meningkatkan *exposure*, yaitu:

- Isef Indonesia

Dalam mengerjakan permintaan dari Isef Indonesia, penulis akan menjelaskan menggunakan metode STAR (*Situation, Task, Action, Result*). Pada tahap pertama yaitu *Situation*, pihak klien menjelaskan objektif dari permasalahannya yaitu Isef Indonesia telah kembali mengadakan acara di tahun 2021 dan kurangnya *awareness* masyarakat mengenai acara tersebut membuat Isef ingin menaikkan *awareness* terkait acara yang diusung setiap tahunnya dan dapat menghadirkan lebih banyak masyarakat untuk datang langsung melihat keseruan acaranya serta meningkatkan *followers* dari Instagram Isef sendiri, sehingga membutuhkan *exposure* lebih untuk mencapai objektif yang diinginkan. Setelah melakukan *meeting*, klien meminta untuk mencarikan 20 orang atau lebih untuk turut menyebarkan informasi seputar Isef dan acara yang sedang berlangsung. Tahap kedua yaitu *Task*, penulis bertanggung jawab untuk mencari dan menghubungi 20 orang sesuai yang diminta oleh klien atau yang biasa disebut *nano influencer* untuk melakukan *postingan* di Instagram *feed* maupun *story*, klien juga memilih *space iklan* di MuslimahDaily.com melalui

postingan feed dan *story*. Melihat bahwa MuslimahDaily.com belum menyediakan layanan seperti *key opinion leader* (KOL) membuat penulis merasa kesulitan dalam pencarian 20 *member* karena tidak adanya sama sekali data yang dapat dihubungi terkait *member* tersebut, namun sebagai seorang *account executive* perlu memiliki komunikasi yang baik, ramah, dan bertanggung jawab untuk memenuhi keinginan klien agar dapat memberikan layanan yang maksimal. Untuk tahap *Action*, setelah melakukan proses pencarian klien penulis juga dimintai untuk memikirkan konsep *timeline* dan membuat *caption* yang menarik melalui *feed* serta Instagram *story* kepada 20 *member* agar memudahkan mereka saat melakukan *postingan* dengan *caption* yang berbeda-beda serta penulis juga ikut serta dalam meramaikan *campaign* yang dijalankan mengenai ajakan untuk datang langsung ke acaranya. Tahap terakhir yaitu *Result*, penulis membuat laporan terkait 20 *member* beserta *caption* yang telah mereka *posting* dan adanya peningkatan jumlah pengikut di Instagram Isef serta dengan melakukan penyebaran informasi Isef maupun kegiatan acara yang sedang berlangsung tentunya mendapatkan *exposure* lebih sesuai yang diharapkan.

- Haitwo

Dalam meningkatkan *exposure*, salah satu klien dari penulis yaitu *brand* Haitwo sebagai *fashion* muslim menginginkan layanan yang dapat berdampak cukup besar untuk menarik perhatian *followers* MuslimahDaily.com. Penulis menggunakan metode STAR (*Situation, Task, Action, Result*) dalam menjalankan permintaan klien. Dimulai pada tahap *Situation*, penulis melihat bahwa

objektif yang diinginkan setelah melalui *client brief* yaitu ingin mempromosikan dan meningkatkan *awareness* Haitwo sebagai *fashion* muslim terkini, setelah melakukan diskusi penulis dan pembimbing magang menyarankan adanya IG *live* serta membuat *posting* terkait IG *live* yang akan diadakan karena melihat *brand* Haitwo yang cukup dibilang baru menjadikan perlunya ada *exposure* lebih. Tahap kedua yaitu *Task*, Penulis diminta untuk mencarikan seseorang yang menyuarakan pendapat untuk kepentingan promosi yang biasa disebut *buzzer* agar meningkatkan *engagement*, penulis mencari *buzzer* untuk melakukan komen pada Instagram MuslimahDaily.com dan mengajak untuk turut serta melihat IG *Live* yang akan dilaksanakan dengan Haitwo. Tahap ketiga *Action*, mulainya melakukan *postingan* untuk mengajak masyarakat mengikuti Instagram *live* bersama Haitwo dan *follow* akun Haitwo, karena Haitwo juga kerap kali mengajak *followersnya* untuk join sesi IG *live* yang bercerita mengenai kisah hijrah seseorang, sehingga kerja sama yang dilakukan saling menguntungkan bagi kedua belah pihak. Dan tahap terakhir yaitu *Result*, penulis membuat laporan mengenai *report insight* yang didapatkan setelah melakukan *posting* dan Instagram *live*.

Gambar 3. 3 Report insight Haitwo



Sumber: Data Olahan Penulis

- Melakukan *Monitoring and Controlling*

Menurut Kayode dalam buku *Marketing Communication* (2014, p.175) menyatakan bahwa pemantauan kinerja merupakan elemen penting untuk melihat apakah program pemasaran berjalan sesuai rencana atau tidak. Adapun dari buku yang berjudul *A Guideto the Project Management Body of Knowledge* (2017, p.107) mengatakan *monitoring* adalah aspek yang dibutuhkan dalam mengerjakan suatu proyek atau pekerjaan, dan dengan melakukan pengendalian (*controlling*) akan mencegah keterlambatan pekerjaan yang tidak diinginkan.

Dalam praktik kerja magang, penulis juga bertanggung jawab untuk memastikan permintaan klien terpenuhi dengan baik. Biasanya, penulis terlebih dahulu akan menghubungi tim internal baik untuk pembuatan artikel ataupun yang akan melakukan *postingan* konten melalui media sosial MuslimahDaily.com. Salah satunya pada *brand* Lapak Handmade yang telah memilih paket *article advertorial*, penulis tentu berhubungan langsung

dengan tim jurnalistik terkait artikel yang dikemas sedemikian rupa dan turut memberikan saran untuk ditayangkan pada halaman *website* resmi MuslimahDaily.com. Hal ini dilakukan untuk memantau kinerja tim jurnalistik agar *draft* artikel dapat diberikan klien dengan tepat waktu, sehingga penulis melakukan *follow up* pada *progres* yang sudah dikerjakan kepada tim jurnalistik. Setelah pembuatan konten artikel sudah diselesaikan, penulis segera mengirimkan berkas *draft* artikel yang dibuat kepada klien untuk proses akhir. Jika adanya revisi dari klien penulis tentu langsung menghubungi tim terkait untuk melakukan permintaan yang sesuai dengan klien, dan sebagai *seorang account executive* penulis perlu memastikan waktu yang diinginkan oleh klien untuk penayangan artikel tersebut sesuai dengan rencana awal. Disamping itu, penulis juga mengkoordinir dan mengawasi anggota *member* yang sudah didapatkan untuk melakukan *postingan* produk dengan tujuan menyebarkan *awareness* produk tersebut ke masyarakat luas yang disesuaikan dengan objektif klien.

3.3.2 Kendala Yang Ditemukan Selama Proses Kerja Magang

Pada praktik kerja magang yang dilakukan, penulis mendapatkan ilmu dan pengalaman perdana untuk terjun langsung pada praktik magang terutama sebagai seorang *account executive*, adanya beberapa kendala yang kerap kali penulis rasakan selama proses praktikkerja magang dilakukan, diantaranya:

1. Permintaan klien dalam melaksanakan kampanye atau menaikkan *exposure* melalui media sosial seringkali meminta sebanyak-banyaknya orang untuk melakukan *posting* promosi sesuai kebutuhan dari *brand* tersebut, belakangan ini maraknya ada jasa seperti itu yang biasa disebut *key opinion leader* (KOL).

Sedangkan MuslimahDaily.com tidak memiliki daftar nama atau KOL yang khusus ketika adanya klien meminta hal tersebut, sehingga membuat penulis kesulitan dalam mencari orang untuk ikut serta melakukan *posting* sesuai karakteristik yang diminta oleh klien.

2. Pada awal praktik magang, penulis sudah diberitahu bahwa setiap harinya perlu mencari klien baru dengan melakukan kontak baik via WhatsApp, Email ataupun *direct message* Instagram, namun penulis tidak memperhatikan secara lebih terkait *brand* yang sesuai untuk menempatkan iklan pada layanan yang dimiliki oleh MuslimahDaily.com, sehingga pesan yang disampaikan oleh penulis kurang mendapatkan respon dari pihak calon klien.
3. Ketika penulis memegang klien, *account executive* sebisa mungkin menjalankan proyek tersebut sesuai dengan waktu yang telah ditentukan, dan juga saat mencari klien baru serta ketika ingin melakukan kesepakatan dengan klien seringkali penulis tidak diberi kabar lagi. Dengan begitu, membuat adanya keterlambatan penayangan konten dari *timeline* yang telah disepakati terutama ketika penulis menunggu apa yang mau direvisi oleh klien terhadap konten yang ingin ditayangkan, dan juga penulis menjadi mengulur waktu karena tidak adanya kabar lagi dengan kesepakatan bersama klien sehingga tidak sesuai target yang telah ditentukan oleh penulis.

3.3.3 Solusi terhadap Kendala yang Ditemukan

Berikut solusi kendala yang dihadapi oleh penulis:

1. Alangkah lebih baik jika MuslimahDaily.com menyediakan *key opinion leader* (KOL) untuk mempermudah dalam melaksanakan pekerjaan sesuai dengan karakteristik yang diminta oleh klien serta dapat meningkatkan layanan yang

dimiliki oleh MuslimahDaily.com, pada praktik kerja magang yang dilakukan penulis mencoba memenuhi permintaan klien dengan mencari dari jauh hari agar dapat sesuai dengan *timeline* yang ditentukan.

2. Penulis memulai mencari kualifikasi *brand* dengan melakukan riset yang sesuai dengan *value* perusahaan, penulis juga mencari dan mengetahui spesifikasi *brand* yang sebelumnya sudah bekerja sama dengan MuslimahDaily.com. Disamping itu, penulis melakukan perubahan terkait pesan yang dikirimkan kepada calon klien agar lebih menarik, setelah hal tersebut dilakukan menjadikan kinerja penulis semakin efektif dan banyaknya respon variatif yang disampaikan oleh calon klien.
3. Melakukan *follow up* konten yang ingin ditampilkan atau adanya revisi yang harus dibetulkan apabila klien belum melakukan *content approval* melalui WhatsApp, dan untuk calon klien biasanya penulis melakukan *follow up* melalui media berbeda selain WhatsApp contohnya via *direct message* Instagram atau Email.