Dalam membangun citra merek (brand image) Universitas Muhammadiyah Sidoarjo (UMSIDA), Instagram @umsida1912 memiliki peran penting sebagai media komunikasi visual dan informasi. Pengukuran citra merek UMSIDA dapat dilakukan berdasarkan tiga aspek utama: Strengthness (Kekuatan), Favorable (Keuntungan) dan Uniqueness (Keunikan),

Pedoman wawancara

1. Biodata Responden

* Nama : Citra Azizah
* Umur : 22
* Program Studi : Pendidikan IPA
* Angkatan : 2022
* Alasan memilih UMSIDA : Dikarenakan dekat dengan rumah dan arahan dari orang tua

1. Persepsi Terhadap Konten
2. Penggunaan Instagram

* Sejak kapan Anda memiliki akun Instagram ? 2021- Sekarang
* Sejak kapan Anda mengikuti akun Instagram @umsida1912? 2022 - Sekarang
* Berapa kali Anda membuka akun Instagram ? Informasi apa yang anda perlukan dari Instagram @umsida1912? Cukup sering. Untuk mengetahui informasi mengenai perkuliahan.

1. Persepsi Terhadap Konten Instagram @umsida1912
2. **Kesan Awal (Sensasi & Favorable)**
   * Bagaimana kesan pertama Anda saat melihat akun Instagram @umsida1912? Apa yang paling menarik perhatian Anda? Mengapa? Kurang menarik. Perihal beasiswa dan informasi mengenai perkuliahan.
   * Jenis konten apa yang pertama kali Anda lihat di akun tersebut? Mengenai fortama pada tahun 2021 yang mengundang melody prima JKT 48
3. **Kekuatan Asosiasi Merek (Strength of Brand Association)**

* Apa yang membuat Anda tertarik untuk terus memperhatikan atau mengikuti akun @umsida1912? Sejujurnya kurang memperhatikan Instagram umsida, karena kurang menarik instagram hanya menggungah perihal promosi kampus
* Apa saja informasi atau citra tentang universitas yang paling Anda ingat dari konten Instagram? Mengenai promosi kampus dan akhir-akhir ini banyak mengunggah program studi baru yang sangat menarik bagi saya.
* Seberapa sering Anda berinteraksi dengan konten di akun ini (misalnya, menyukai, mengomentari, membagikan)? Terkadang menyukai, untuk mengomentari jarang dan membagikan.
* Bagaimana konsistensi postingan universitas di Instagram. Cukup konsisiten dalam upload feed dan reals serta penataan, kontras dan keselarasan feed juga cukup konsisten.
* Bagaimana kualitas visual (foto dan video) dari konten Instagram universitas. Untuk kualitas visual konten Instagram saat ini cukup bagus dari sebelum-sebelumnya.

1. **Keuntungan Asosiasi Merek (Favorability of Brand Association)**

* Apakah konten di Instagram UMSIDA menggambarkan kualitas pengajaran, fasilitas, atau kegiatan kemahasiswaan yang ditawarkan universitas? Jelaskan pendapat anda. Untuk kualitas pengajaran, fasilitas kurang diperlihat. Konten Instagram umsida tersebut bagi saya hanya menginformasikan mengenai promosi kampus dan informasi mengenai perkuliahan.
* Apakah Anda merasa bahwa informasi tentang beasiswa atau peluang akademik yang diposting di Instagram UMSIDA relevan dengan kebutuhan Anda? Cukup relevansi dengan beasiswa yang saya inginkan, namun tidak banyak yang diinformasikan hanya beberapa saja.
* Bagaimana pendapat Anda tentang informasi Instagram UMSIDA dalam menyampaikan nilai tambah universitas (misalnya jaringan alumni atau kegiatan UKM atau penghargaan)? Mengenai informasi penghargaan cukup diunggulkan di konten-konten Instagram umsida, namun mengenai jaringan alumni dan kegiatan ukm kurang ditonjolkan.
* Apakah konten Instagram UMSIDA memengaruhi pandangan positif Anda terhadap universitas? Jika ya, bagaimana? Cukup mempengaruhi, karena kita sebagai orang awam ataupun orang yang sudah mengetahui mengenai umsida pasti mereka akan melihat ataupun mencari informasi mengenai kampus din idntagram umsida. Sehigga pihak kampus harus berfokus dalam konten-konten yang berkuliatas untuk membentuk citra dari Universitas Muhammadiyah Sidoarjo tersebut.

1. **Keunikan Asosiasi Merek (Uniqueness of Brand Association)**
2. Menurut Anda, apakah Instagram UMSIDA berhasil menunjukkan ciri khas atau keunikan universitas? Seperti keunikan UMSIDA:
   1. Program studi spesifik atau metode pembelajaran inovatif UMSIDA terlihat jelas. Belum berhasil, karena akun umsida tersebut hanya menggungah konten-konten promosi program studi.
   2. Nilai-nilai Kemuhammadiyahan sebagai identitas universitas yang digambarkan di IG. Cukup menggambarkan, dilihat dari unggahan mengenai hari agama amupun kegiatan kemuhammadiyaan.
   3. Anda mengetahui keunikan2 lain dari UMSIDA yang ditampilkan di IG. Dari warna dan isi konten-kontennya.
3. Bagaimana dengan keunikan dari institusi lain? Jelaskan.  
   Keunikkannnya berasal dari layout yang digunakan dan warna yang diaplikasikan dalam konten-konten diinstagram umsida.