**PEDOMAN WAWANCARA**

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 : M Guntur dwi firmansya
* Umur : 22
* Program Studi :teknologi laboratorium medis
* Angkatan : 2022
* Alasan memilih UMSIDA : pilihan kedua pilihan pertama poltekes surabaya

1. Persepsi Terhadap Konten
2. Penggunaan Instagram

* Sejak kapan Anda memiliki akun Instagram ? 2017
* Sejak kapan Anda mengikuti akun Instagram @umsida1912? 2022
* Berapa kali Anda membuka akun Instagram ? 4x seminggu

Informasi apa yang anda perlukan dari Instagram @umsida1912? Terkait jadwal libur

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? Desain dan tema yang utama,
   * Jenis konten apa yang pertama kali Anda lihat di akun tersebut? Informasi terkait prodi dan fortama
3. **Kekuatan Asosiasi Merek (Strength of Brand Association)**

* Apa yang membuat Anda tertarik untuk terus memperhatikan atau mengikuti akun @umsida1912? Bisa mengetahui informasi penting terkait perkuliahan dan non perkuliahan nantinya
* Apa saja informasi atau citra tentang universitas yang paling Anda ingat dari konten Instagram? Pencapaian akreditasi umsida
* Seberapa sering Anda berinteraksi dengan konten di akun ini (misalnya, menyukai, mengomentari, membagikan)? Menyukai sering, kalua membagikan hanya sekali terkait konten peduli palestina
* Bagaimana konsistensi postingan universitas di Instagram. Sering posting dan postingannya kreatif
* Bagaimana kualitas visual (foto dan video) dari konten Instagram universitas

Bagus resolusi tinggi, videonya tidak bocor

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. Iya menarik dan biasanya repsot ulang dari prodi terkait lab dan perlatan laboratorium
* Apakah Anda merasa bahwa informasi tentang beasiswa atau peluang akademik yang diposting di Instagram UMSIDA relevan dengan kebutuhan Anda? Iyaa beasiswa kip
* Bagaimana pendapat Anda tentang informasi Instagram UMSIDA dalam menyampaikan nilai tambah universitas (misalnya jaringan alumni atau kegiatan UKM atau penghargaan)?penghargaan apresiasi terhdap dosen yang telah menyelesaikan studi
* Apakah konten Instagram UMSIDA memengaruhi pandangan positif Anda terhadap universitas? Jika ya, bagaimana?

Iya, masih monoton

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 terlihat
   2. Nilai-nilai Kemuhammadiyahan sebagai identitas universitas yang digambarkan di IG. Jelas pengngkatan dan ketua dan tapak suci
   3. Anda mengetahui keunikan2 lain dari UMSIDA yang ditampilkan di IG. Promosi hingga ke ntb
3. Bagaimana dengan keunikan dari institusi lain? Jelaskan.

Akreditasi dan fakultas jkedokteran