**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 : Amalia Wahyu Cahyawati
* Umur : 19
* Program Studi : Ilmu Komunikasi
* Angkatan : 2024
* Alasan memilih UMSIDA : karena UMSIDA satu-satunya kampus terbaik di Sidoarjo

1. Persepsi Terhadap Konten
2. Penggunaan Instagram

* Sejak kapan Anda memiliki akun Instagram ? Sejak tahun 2016
* Sejak kapan Anda mengikuti akun Instagram @umsida1912? Sejak tahun 2024
* Berapa kali Anda membuka akun Instagram ? Tidak terhitung

Informasi apa yang anda perlukan dari Instagram @umsida1912? Informasi terkait beasiswa dan lomba

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? Kesan pertama saat melihat sudah cukup informatif. Yang menarik perhatian saya adalah cukup aktif untuk memposting dan memiliki warna yang tidak bertabrakan
   * Jenis konten apa yang pertama kali Anda lihat di akun tersebut? Pendaftaran kuliah
3. **Kekuatan Asosiasi Merek (Strength of Brand Association)**

* Apa yang membuat Anda tertarik untuk terus memperhatikan atau mengikuti akun @umsida1912? Menunggu update terbaru terkait beasiswa dan lomba
* Apa saja informasi atau citra tentang universitas yang paling Anda ingat dari konten Instagram? UMSIDA aktif, memiliki banyak kegiatan mahasiswa, fasilitas kampus cukup lengkap, dan branding nilai-nilai keislaman juga terlihat jelas.
* Seberapa sering Anda berinteraksi dengan konten di akun ini (misalnya, menyukai, mengomentari, membagikan)? Hanya melihat postingan saja
* Bagaimana konsistensi postingan universitas di Instagram? Sudah cukup konsisten dan bervariasi
* Bagaimana kualitas visual (foto dan video) dari konten Instagram universitas? Kualitas foto dan video dalam konten Instagram sudah cukup tajam dan jelas. Desain yang dipakai juga sangat konsisten berwana biru

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

* Apakah konten di Instagram UMSIDA menggambarkan kualitas pengajaran, fasilitas, atau kegiatan kemahasiswaan yang ditawarkan universitas? Iya, terlihat dari postingan yang sering menampilkan dosen, prestasi mahasiswa, kegiatan UKM, dan juga kondisi fasilitas kampus.
* Apakah Anda merasa bahwa informasi tentang beasiswa atau peluang akademik yang diposting di Instagram UMSIDA relevan dengan kebutuhan Anda? Iya, sangat membantu. Info beasiswa dan program akademik cukup sering di-post dan jelas keterangannya.
* Bagaimana pendapat Anda tentang informasi Instagram UMSIDA dalam menyampaikan nilai tambah universitas (misalnya jaringan alumni atau kegiatan UKM atau penghargaan)? Cukup terlihat, terutama dalam postingan yang mengapresiasi pencapaian mahasiswa dalam memenangkan lomba.
* Apakah konten Instagram UMSIDA memengaruhi pandangan positif Anda terhadap universitas? Jika ya, bagaimana? Cukup mempengaruhi karena kontennya menunjukkan bahwa UMSIDA selalu mendukung dan mengapresiasi semua mahasiswa untuk berkembang.

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,

Ya, terlihat. Beberapa postingan menunjukkan keunggulan prodi tertentu, seperti teknologi, kesehatan, dan pendidikan, serta metode pembelajaran yang aktif dan berbasis proyek.

* 1. Nilai-nilai Kemuhammadiyahan sebagai identitas universitas yang digambarkan di IG.

Iya, nilai-nilai keislaman dan Kemuhammadiyahan cukup konsisten ditampilkan, terutama dalam kegiatan keagamaan dan perayaan hari besar Islam.

* 1. Anda mengetahui keunikan2 lain dari UMSIDA yang ditampilkan di IG.

Iya, misalnya UMSIDA aktif dalam program internasionalisasi, kegiatan relawan, dan banyak UKM yang aktif dan kreatif. Itu menunjukkan UMSIDA mendukung pengembangan soft skill mahasiswa.

1. Bagaimana dengan keunikan dari institusi lain? Jelaskan.

Institusi lain kadang lebih fokus ke visual atau branding aesthetic aja, tapi kurang informasi. Sedangkan UMSIDA seimbang antara visual, informasi, dan nilai-nilai kampus yang dibawa.