**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 : Ahmad Syamsi
* Umur : 19
* Program Studi : Informatika
* Angkatan : 2024
* Alasan memilih UMSIDA : Karna akreditasi dan pembelajarannya menjanjikan

1. Persepsi Terhadap Konten
2. Penggunaan Instagram

* Sejak kapan Anda memiliki akun Instagram ? 2018
* Sejak kapan Anda mengikuti akun Instagram @umsida1912? Sudah lama
* Berapa kali Anda membuka akun Instagram ? Setiap hari

Informasi apa yang anda perlukan dari Instagram @umsida1912? Informasi PMB dan beasiswa yg ada

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?
   * Jawaban : mengagumkan.... Infromasi prodi dan beasiswa yg diposting
   * Jenis konten apa yang pertama kali Anda lihat di akun tersebut?
   * Jawaban : konten pendidikan yaitu mengetahui informasi program studi yg ada
3. **Kekuatan Asosiasi Merek (Strength of Brand Association)**

* Apa yang membuat Anda tertarik untuk terus memperhatikan atau mengikuti akun @umsida1912?
* Jawaban : postingan informasi yg ada didalamnya
* Apa saja informasi atau citra tentang universitas yang paling Anda ingat dari konten Instagram?
* Jawaban : infromasi biaya yg ada di setiap prodi
* Seberapa sering Anda berinteraksi dengan konten di akun ini (misalnya, menyukai, mengomentari, membagikan)?
* Jawaban : tidak sering karna upload tidak setiap hari
* Bagaimana konsistensi postingan universitas di Instagram.
* Jawaban : sangat bagus
* Bagaimana kualitas visual (foto dan video) dari konten Instagram universitas
* Jawaban : masih kurang

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

* Apakah konten di Instagram UMSIDA menggambarkan kualitas pengajaran, fasilitas, atau kegiatan kemahasiswaan yang ditawarkan universitas? Iya
* Apakah Anda merasa bahwa informasi tentang beasiswa atau peluang akademik yang diposting di Instagram UMSIDA relevan dengan kebutuhan Anda? Iya
* Bagaimana pendapat Anda tentang informasi Instagram UMSIDA dalam menyampaikan nilai tambah universitas (misalnya jaringan alumni atau kegiatan UKM atau penghargaan)? Sangat bagus karna memberikan informasi yg relevan
* Apakah konten Instagram UMSIDA memengaruhi pandangan positif Anda terhadap universitas? Jika ya, bagaimana?iya

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,
   2. Nilai-nilai Kemuhammadiyahan sebagai identitas universitas yang digambarkan di IG.
   3. Anda mengetahui keunikan2 lain dari UMSIDA yang ditampilkan di IG.
3. Bagaimana dengan keunikan dari institusi lain? Jelaskan.

Konten² yg dibagikan sangat bermanfaat bagi kita terutama pada mahasiswa awal yang belum seberapa tahu tentang UMSIDA