

## LAMPIRAN

### Lampiran 1. Pertanyaan Kuesioner

- (1) Tanggal Membagikan Kuesioner : 22 dan 25 September, 14 Oktober 2020
- (2) Tujuan : Mencari informasi mengenai minat pada minuman *bubble tea*.
- (3) Target Data :
  - Outlet favorit *bubble tea* saat ini bagi millennial di Mal Central Park dan Mal Neo Soho.
  - Keunggulan tiap outlet *bubble tea* (dari tempat, harga, *membership*, menu).
- (4) Profil Kuesioner : anak-anak millennial.
- (5) Poin-poin Kuesioner 5 :
  - Outlet favorit *bubble tea* di Mal Central Park dan Mal Neo Soho adalah Chatime, KOI, Xing Fu Tang.
  - Varian minuman *bubble tea* yang disajikan di Chatime dan KOI lebih beragam dan banyak. Chatime dan Xing Fu Tang memiliki membercard sendiri yang menambah daya tarik peminat minuman karena keuntungan yang diberikan.
  - Varian minuman *bubble tea* yang disajikan Xing Fu Tang tidak banyak tetapi memiliki rasa yang unik.
  - Chatime dan KOI lebih mudah ditemukan di Mal manapun yang ada di Jakarta.

Temuan Khusus : Tidak ada.

## Lampiran 2. Skenario Alur Cerita

### (PEMBUKAAN)

#### Scene 1

*Action : gambar bubble milk tea dalam gelas.*

Voice 1 : Apakah kamu tahu apa itu bubble milk tea?

Voice 2 : Aku yakin pasti banyak dari kalian yang tahu apa itu bubble milk tea.

Voice 3 : Apalagi setelah kalian melihat gambar ini ya, pasti kalian dapat mengetahui bahwa ini adalah bubble milk tea.

#### Scene 2

*Action : gambar tulisan “asal mula bubble milk tea”*

Voice 1 : Tapi apakah kalian tahu asal mula ditemukan bubble milk tea?

### (ASAL MULA BUBBLE TEA)

#### Scene 3

*Action 3.1 : gambar bendera Taiwan di kiri atas // gambar tahun 1980 di bawah bendera Taiwan.*

*Action 3.2 : gambar warung kecil minuman dan gambar sekolah di seberang warung kecil.*

*Action 3.3 : hapus gambar sekolah, gambar minuman teh seperti habis dikocok & bubble bening.*

Voice 1 : Berdasarkan Samuel Sein George Nami, minuman *bubble* berasal dari Taiwan, pada tahun 1980an.

Voice 2 : Minuman bubble mulai dijual pada sebuah toko penjual minuman teh. Kebetulan toko tersebut terletak persis di depan sebuah sekolah, sehingga murid-murid selalu berebutan membeli setelah seharian lelah belajar dan bermain.

Voice 3 : Pada suatu kesempatan, pemilik toko tersebut menambahkan beberapa macam rasa buah-buahan pada teh yang dijualnya. Pada saat teh dicampurkan dengan sirup perasa (*flavoring*), maka perlu dikocok beberapa kali, sehingga

terbentuklah gelembung-gelembung udara pada permukaan minuman tersebut, karena hal inilah kemudian minuman tersebut dikenal sebagai *bubble tea*.

#### **Scene 4**

*Action 4.1 : gambar tahun 1983, nama Liu Han Chieh, dan toko "Chun Shui Tang"*

*Action 4.2 : gambar bubble hitam, tanda + dan the dalam gelas.*

*Action 4.3 : hapus gambar sebelumnya, gambar bubble dalam gelas teh, love' kecil, & tulisan bubble tea/pearl milk tea (di bawah gambar)*

Voice 1 : Pada tahun 1983, seseorang bernama Liu Han Chieh adalah pemilik toko teh asal Taiwan, dimana toko tersebut bernama "*Chun Shui Tang*" di Taichung, Taiwan.

Voice 2 : Liu Han Chieh memperkenalkan masyarakat pada singkong mutiara (*tapioca pearl*), yang kemudian banyak digunakan sebagai bahan tambahan pada toko penjual *bubble tea*. Banyak penduduk Taiwan menuangkan *pearl* ke dalam es teh sebagai tambahan untuk menikmati teh.

Voice 3 : *Pearl* tersebut akan tenggelam ke dasar gelas, dan terlihat sebagai gelembung-gelembung hitam yang menarik. Semua orang menyukainya sehingga teh boba tersebut menjadi produk yang dijual di toko milik Liu Han Chieh. Minuman tersebut kemudian dikenal dengan nama *bubble tea* atau *pearl milk tea* secara internasional atau teh boba di Indonesia.

### **(MASUKNYA BUBBLE TEA KE INDONESIA)**

#### **Scene 5**

*Action 5.1 : gambar bendera Indonesia dan di kanan bawah bendera tulis angka 1996*

*Action 5.2 : (hapus gambar sebelumnya) gambar anak perempuan (Gita Pratama) dan kedua temannya (Lin dan Nini Widjaja)*

*Action 5.3 : (hapus gambar sebelumnya) gambar logo Quickly, tanda panah ke samping, tulisan plaza Indonesia.*

Voice 1 : Pertama kali bubble tea masuk ke Indonesia adalah pada tahun 1996.

Voice 2 : Berawal dari seorang perempuan bernama Gita Pratama yang tersinspirasi dengan kesuksesan salah satu gerai bubble tea di Singapura. Akhirnya Gita dan kedua temannya yang bernama Lim dan Nini Widjaja, memutuskan untuk melakukan sub-franchise pada gerai bubble tea tersebut.

Voice 3 : Gerai bubble tea tersebut bernama Quickly, yang pertama kali hadir di Plaza Indonesia dan telah berdiri selama 20 tahun.

## **Scene 6**

*Action 6.1 : gambar tulisan “ribuan” dan gambar bubble” kecil disebar.*

Voice 1 : Tidak berhenti sampai disitu. Pada saat ini Indonesia memiliki ribuan outlet yang menjual bubble milk tea.

## **(GENERASI MILENIAL)**

### **Scene 7**

*Action 7.1 : gambar Tulisan “Penelitian #1” (di kiri atas) (tidak di hapus hingga scene 10)*

*Action 7.2 : gambar tulisan 70 responden (di bawah tulisan penelitian #1)*

Voice 1 : Kami telah melakukan penelitian untuk mencari tahu, siapa konsumen terbesar bubble tea.

Voice 2 : Penelitian ini kami lakukan terhadap 70 responden.

### **Scene 8**

*Action 8.1 : gambar 71,2% (di tengah besar) dan tulisan milenial (di kanan bawah tulisan 71.2%)*

Voice 1 : Ternyata 71.2% adalah generasi milenial yang paling banyak mengkonsumsi bubble tea.

### **Scene 9**

*Action 9.1 :(hapus gambar scene 8) gambar tulisan milenial dan tanda tanya. (besar di tengah)*

Voice 1 : Pertanyaannya siapakah generasi milenial?

## **Scene 10**

*Action 10.1 : gambar grafik kesimpulan penelitian tentang milenial.*

Voice 1 : Berikut adalah hasil penelitian mengenai generasi milenial dari berbagai sumber. Dengan itu kami penulis memutuskan mengikuti hasil penelitian dari Hassanudin Ali dan Lilik Purwandi (2017) untuk penelitian kami.

## **(BUBBLE TEA MENJADI LIFESTYLE GENERASI MILENIAL)**

## **Scene 11**

*Action 11.1 : gambar tulisan “bubble tea dalam dunia milenial”*

Voice 1 : Siapa sangka bubble tea sudah menjadi lifestyle pada generasi milenial.

## **Scene 12**

*Action 12.1 : gambar tulisan “penelitian #2 “ (kiri atas) (ga dihapus sampe scene 13).*

*Action 12.2 : gambar tulisan 50 responden (di bawah tulisan penelitian) (tidak dihapus hingga scene 13).*

Voice 1 : Kami melakukan penelitian ke-2 untuk mengetahui kenapa bubble tea sudah menjadi life style untuk generasi milenial.

Voice 2 : Penelitian ini kami lakukan terhadap 50 responden bergenerasi milenial dari hasil penelitian kami sebelumnya.

### **Scene 13**

(notes : scene 12 tidak dihapus)

*Action 13.1 : diagram 78%*

*Action 13.2 : diagram 58% dan 32%*

Voice 1 : 74% dari 100% adalah kaum wanita yang mengkonsumsi dan 26% adalah kaum laki-laki.

Voice 2 : 78% sudah mengkonsumsi bubble tea >5 tahun.

Voice 3 : 58% generasi milenial mengkonsumsi bubble tea 1x dalam seminggu dan 32% setidaknya mengkonsumsi bubble tea 2-3x dalam seminggu.

### **Scene 14**

*Action 14.1 : gambar tulisan penelitian #3 (kiri atas) dan tulisan 50 responden (kiri atas) dan tulisan "alasan generasi milenial mengkonsumsi bubble tea".*

*Action 14.2 : gambar 56%*

*Action 14.3 : gambar 44%*

*Action 14.4 : gambar 40%*

Voice 1 : Dengan itu kami melakukan penelitian untuk yang ke 2x untuk mencari tahu alasan generasi milenial mengkonsumsi bubble tea.

Voice 2 : Nah, pada penelitian ini kami dapat mengetahui bahwa 56% generasi milenial mengkonsumsi bubble tea karena tekstur bubble yang kenyal dan enak.

Voice 3 : 44% karena mereka menyukai bubble tea.

Voice 4 : 40% karena bubble tea dapat dinikmati saat beraktivitas.

### **Scene 15**

*Action 15.1 : gambar tulisan "Varian Bubble Tea Terfavorit".*

*Action 15.2 : tulisan "bubble tea, seperti Milk Tea, Brown Sugar Milk Tea, Matcha Bubble Milk Tea, Strawberry Bubble Milk Tea, Black Milk Tea, Thai Milk Tea, Hazelnut Chocolate Milk Tea, Honey Milk Tea, Jasmine Green Milk Tea, dan Caramel Milk Tea.".*

*Action 15.3 : (gambar 4 kotak untuk persenan urutan 1-4) 70% dan tulisan Brown Sugar Bubble Milk Tea.*

*Action 15.4 : (gambar 4 kotak untuk persenan urutan 1-4) 50% dan tulisan Bubble Milk Tea.*

*Action 15.5 : (gambar 4 kotak untuk persenan urutan 1-4) 42% dan tulisan Hazelnut Chocolate Bubble Milk Tea.*

*Action 15.6 : (gambar 4 kotak untuk persenan urutan 1-4) 20% dan tulisan Jasmine Green Bubble Milk Tea.*

Voice 1 : Selain itu kami juga mencari tahu varian apa saja yang disukai oleh generasi milenial.

Voice 2 : Dalam penelitian ini kami mencantumkan 10 macam varian bubble tea, seperti Milk Tea, Brown Sugar Milk Tea, Matcha Bubble Milk Tea, Strawberry Bubble Milk Tea, Black Milk Tea, Thai Milk Tea, Hazelnut Chocolate Milk Tea, Honey Milk Tea, Jasmine Green Milk Tea, dan Caramel Milk Tea.

Voice 3 : Dan hasilnya adalah 70% dari 50 responden menyukai Brown Sugar Bubble Milk Tea.

Voice 4 : 50% dari 50 responden menyukai Bubble Milk Tea.

Voice 5 : 42% dari 50 responden menyukai Hazelnut Chocolate Bubble Milk Tea.

Voice 6 : 20% dari 50 responden menyukai Jasmine Green Bubble Milk Tea.

## **(OUTLET BUBBLE TEA DI SOHO DAN CP)**

### **Scene 16**

*Action 16.1 : gambar tulisan Mal Central Park dan Mal Neo Soho.*

Voice 1 : Kami melakukan penelitian untuk mengetahui outlet bubble tea yang paling sering generasi milenial kunjungi di Mal Central Park dan Mal Neo Soho Jakarta.

### **Scene 17**

*Action 17.1 : gambar tulisan "10 outlet"*

*Action 17.2 : Tulisan Chatime, Koi, Xing Fu Tang (di bagian kiri).*

*Action 17.3 : gambar tulisan 70% (di sebelah nama Chatime).*

*Action 17.4 : gambar tulisan 58% (di sebelah nama Koi).*

*Action 17.5 : gambar tulisan 22% (di sebelah nama Xing Fu Tang).*

*Action 17.6 : gambar logo "play" judul video (kaya record).*

Voice 1 : kami mencantumkan 10 macam outlet bubble tea, seperti Chatime, Koi, Xing Fu Tang, Ben Gong, Diagon Alley, Hop Hop, Shu Shu, Share Tea, Gulu-Gulu, dan Forever Tea.

Voice 2 : hasil 3 tertinggi adalah outlet Chatime, Koi, dan Xing Fu Tang.

Voice 3 : sebanyak 70% dari 50 responden sering mengunjungi outlet Chatime.

Voice 4 : 58% dari 50 responden sering mengunjungi outlet Koi.

Voice 5 : 22% dari 50 responden sering mengunjungi outlet Xing Fu Tang.

Voice 6 : Berdasarkan hasil tersebut, kami akan melakukan wawancara pada 3 generasi milenial untuk mengetahui lebih lagi alasan mereka menyukai outlet tersebut. Check it out.

## **(WAWANCARA 3 GENERASI MILENIAL)**

### **Scene 18 (opening)**

*Camera 1 : shoot 3 narasumber sedang minum bubble tea (tempat shooting).*

*Camera 2 : shoot narasumber saat transaksi di 3 outlet bubble tea yang berbeda.*

*Camera 3 : shoot narasumber saat transaksi di Xing Fu Tang.*

*Camera 4 : shoot depan outlet.*



*Camera 5 : shoot gelas bubble tea yang ada isi menurut outletnya.*

Voice 1 : Hai guys kami bertiga adalah bagian dari generasi milenial.

Voice 2 : Tidak dipungkiri lagi, kami adalah orang-orang yang sangat menyukai bubble tea. Voice 3 : Tapi kami menyukai bubble tea dari tempat yang berbeda-beda.

Voice 4 : Ada yang di Chatime, Koi, dan Xing Fu Tang.

Voice 5 : Sekarang kami mau kasih tau kalian, alasan kami menyukai bubble tea dari tempat yang sering kami kunjungi.

### **Scene 19 (Freina)**

*Camera 19.1 : menyorot NS 1, yang membahas Chatime.*

Voice 1 : Menjawab pertanyaan :

- Perkenalkan diri anda (Nama, Umur, status)
- Menurut anda apakah bubble tea sudah menjadi lifestyle milenial ? Jelaskan!
- Apa favorit outlet bubble tea anda saat ini? Jelaskan alasannya beserta seberapa sering anda mengkonsumsinya dan menu favorit anda saat ini!
- Menurut kalian apa keunggulan dari outlet tersebut ? 3 alasan dan jelaskan! (dari tempat, harga, membership, menu)

### **Scene 20 (Cynthia)**

*Camera 20.1 : menyorot NS 1, yang membahas Koi.*

Voice 1 : Menjawab pertanyaan :

- Perkenalkan diri anda (Nama, Umur, status)
- Menurut anda apakah bubble tea sudah menjadi lifestyle milenial ? Jelaskan!
- Apa favorit outlet bubble tea anda saat ini? Jelaskan alasannya beserta seberapa sering anda mengkonsumsinya dan menu favorit anda saat ini!
- Menurut kalian apa keunggulan dari outlet tersebut ? 3 alasan dan jelaskan! (dari tempat, harga, membership, menu)

### **Scene 21 (Hanna)**

*Camera 21.1 : menyorot NS 1, yang membahas Xing Fu Tang.*

Voice 1 : Menjawab pertanyaan :

- Perkenalkan diri anda (Nama, Umur, status)
- Menurut anda apakah bubble tea sudah menjadi lifestyle milenial ? Jelaskan!
- Apa favorit outlet bubble tea anda saat ini? Jelaskan alasannya beserta seberapa sering anda mengkonsumsinya dan menu favorit anda saat ini!
- Menurut kalian apa keunggulan dari outlet tersebut ? 3 alasan dan jelaskan! (dari tempat, harga, membership, menu)

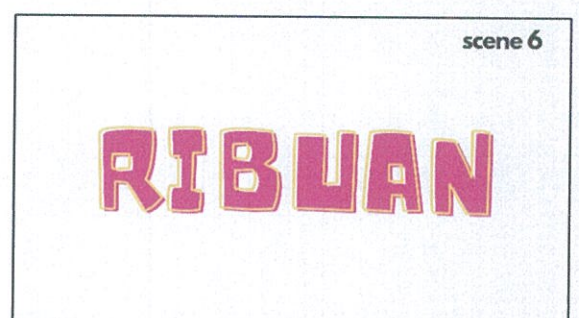
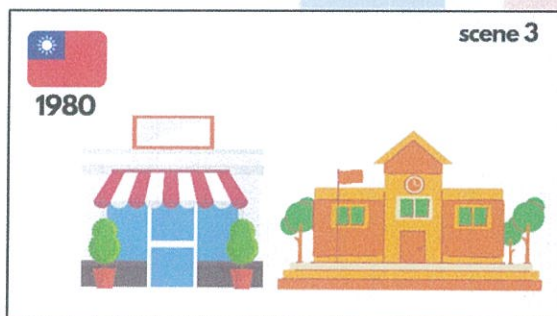
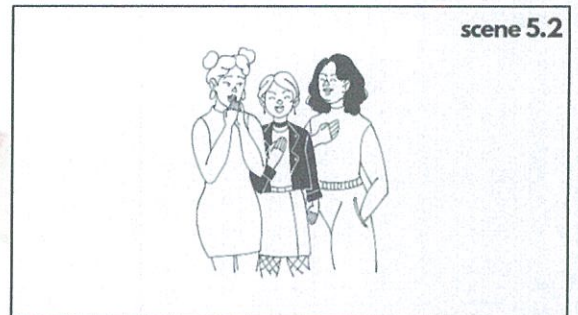
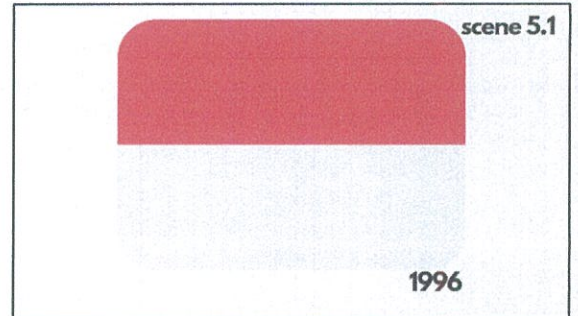
## **(CLOSING)**

### **Scene 22**

*Camera 1 : shoot 3NS lagi ngobrol/tertawa”.*

Voice 1 : nah sekian dulu ya dari kami, semoga video ini bermanfaat buat kalian ya dan semoga kalian menikmati bubble tea kalian seperti kami menikmatinya.

Lampiran 3. Storyboard



**PENELITIAN #1**  
70 Responden

scene 7

scene 11

**BUBBLE TEA  
DALAM DUNIA  
MILENIAL**

**HASIL PENELITIAN**

scene 8

**71.2%**  
MILENIAL

**PENELITIAN #2**  
50 Responden

scene 12.1 - 12.2

scene 9

**MILENIAL?**

**PENELITIAN #2**  
50 Responden

scene 13.2

**78%**  
>5 tahun

scene 10

Peneliti	Tahun kelahiran											
	1970	1979	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1990	1995	2000	2005
Lapointe (1998)												
Martin & Tulgan (2002)												
Zemke et al (2009)												
Berwick, Calkins, Juhaz (2014)												
Dartone E, Stafford and H.S. Griffin												
Milenial Gen Review RCF												
Sirin Bayal												
Obinger (2005)												
Lancaster & Stillman (2002)												
Howes & Stevens (2008)												
Peneliti Sosial (Sambonet)												
US Census Bureau												
Hassamudin Ali dan (10) Purwandi (2017)												

**PENELITIAN #2**  
50 Responden

scene 13.3

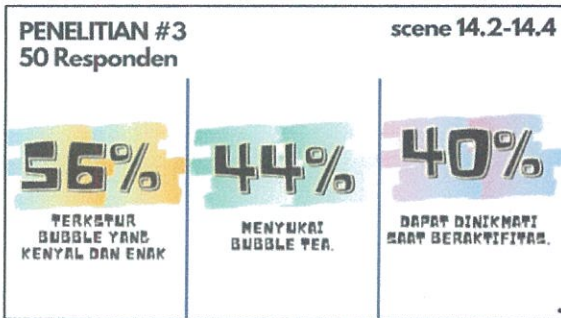
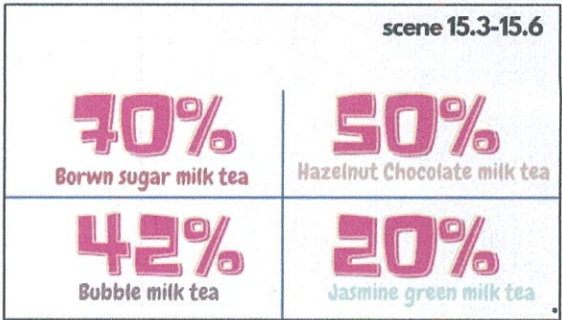
**58%**  
1x Seminggu

**32%**  
2x-3x Seminggu

PENELITIAN #2  
100 ORANG

scene 14.1

**ALASAN GENERASI  
MILENIAL  
MENGGONSUMSI  
BUBBL TEA**



scene 16

**CENTRAL PARK  
&  
NEO SOHO**

scene 15

**VARIAN BUBBLE TEA  
TERFAVORITE**

scene 17.2

**CHATIME  
KOI  
XIG FU TANG**



scene 17.3-17.5

**CHATIME 70%  
KOI 58%  
XIG FU TANG 22%**

scene 18



scene 19-21



scene 22

