



Pepsodent

Siaran Pers

Siaran Pers

Siaran Pers

Siaran Pers

Dapat disiarkan segera

'Senyum Sehat Indonesia Kini dan Nanti'

Sebuah kampanye untuk Mengajak Masyarakat Indonesia Terus Memiliki Senyum Sehat

Jakarta, 7 Juli 2012 – PT Unilever Indonesia Tbk, melalui Pepsodent kembali menegaskan komitmennya untuk mengedukasi masyarakat agar menjaga kesehatan gigi dan mulut melalui kampanye '**Senyum Sehat Indonesia Kini dan Nanti**' pada hari Sabtu, 7 Juli 2012 bertempat di Taman Mini Indonesia Indah, Jakarta. Hadir meresmikan acara tersebut **DR. Wahyu Hartomo MSc**, Deputi Gender dan Tumbuh Kembang Anak Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak RI; **Sancoyo Antarikso**, External Relations Director & Corporate Secretary, PT Unilever Indonesia, Tbk.; **drg. Ratu Mirah Afifah, GCCLindent., MDSc**, Professional Relationship Manager Oral Care PT. Unilever Indonesia, Tbk dan **drg. Zaura Rini Anggraeni, MDS**, Ketua Pengurus Besar Persatuan Dokter Gigi Indonesia (PB PDGI).

Ada mitos salah yang berkembang di masyarakat bahwa gigi berlubang kemudian tanggal di usia lanjut adalah hal yang lumrah. Padahal dampak bila gigi tidak sehat, selain mengakibatkan sakit, juga dapat mengganggu aktivitas bahkan menghambat cita-cita. Untuk itu sangat penting untuk mempunyai kebiasaan sehat merawat gigi seperti menyikat gigi teratur pagi setelah sarapan dan malam sebelum tidur, mengurangi makanan manis dan lengket, dan rutin memeriksakan ke dokter gigi minimal 6 bulan sekali. "Merawat gigi merupakan 'investasi' bagi setiap orang karena usaha yang dilakukan saat ini manfaatnya dapat terasa sampai di masa mendatang," ujar **Sancoyo Antarikso** saat meresmikan kampanye '**Senyum Sehat Indonesia Kini dan Nanti**'.

Riset yang dilakukan Kementerian Kesehatan pada tahun 2007 memaparkan fakta sebanyak 72,1% masyarakat Indonesia mempunyai gigi berlubang, dengan rata-rata setiap orang 'menyimpan' 5 gigi berlubang di dalam mulutnya. Fakta ini menunjukkan masih rendahnya pengetahuan dan kesadaran masyarakat untuk merawat kesehatan gigi secara intensif dan kontinu. Menanggapi kondisi tersebut, **drg. Ratu Mirah Afifah** mengatakan, "Hal ini sangat disayangkan, karena penyakit gigi dan mulut merupakan penyakit yang sangat mudah dicegah dan pencegahannya relatif mudah dan murah. Penelitian Prof. Cynthia Pine, pakar Ilmu Kesehatan Gigi Masyarakat dari Inggris, menunjukkan bahwa menyikat gigi 2 (dua) kali sehari dapat menurunkan resiko terjadinya gigi berlubang sebanyak 50%."



Melalui kampanye '**Senyum Sehat Indonesia Kini dan Nanti**' Pepsodent kembali mengingatkan bahwa orang tua mempunyai peran penting dalam memberikan edukasi kepada anak-anak dalam merawat kesehatan gigi sedini mungkin. Ketua PB PDGI **drg. Zaura Rini Anggraeni, MDS** yang turut hadir pada acara hari ini mengatakan, "Kesehatan gigi dan mulut sangat penting dan menentukan kesehatan tubuh secara keseluruhan. Ajari anak untuk menyikat gigi dan datang ke dokter gigi secara teratur, dan orang tua harus dapat menjadi *role model* bagi anak."

Sebagai bentuk komitmen orang tua dan anak dalam menyukseskan kampanye '**Senyum Sehat Indonesia Kini dan Nanti**', sebanyak 1.000 siswa SD binaan Pepsodent sebagai perwakilan anak Indonesia, serta 42 kader Pepsodent yang berasal dari Jawa Barat dan Jawa Timur sebagai perwakilan orang tua Indonesia. Mereka akan berikrar untuk menjaga kesehatan gigi dan mulut kini dan nanti. Dalam acara ini akan dibuat konfigurasi barisan berbentuk senyuman di Lapangan Purna Bhakti Pertiwi, Taman Mini Indonesia Indah, Jakarta yang melambangkan senyum sehat Indonesia. Sejak awal tahun 2012 total telah terkumpul hampir 500.000 dukungan terhadap kampanye ini dari anak dan orang tua melalui kegiatan di ribuan SD binaan Pepsodent yang tersebar di seluruh Indonesia dan juga aktivasi pada konsumen di toko-toko.

Kampanye '**Senyum Sehat Indonesia Kini dan Nanti**' ini juga merupakan salah satu refleksi kesinambungan komitmen Pepsodent yang akan dilanjutkan dengan program Bulan Kesehatan Gigi Nasional (BKGN) 2012 yang akan dimulai pada bulan September mendatang. BKGN merupakan kerja sama Unilever dengan PDGI dan AFDOKGI (Asosiasi Fakultas Kedokteran Gigi Indonesia). "Tahun 2012 ini, BKGN memasuki tahun ketiga dan akan kembali datang di berbagai kota untuk terus meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga kesehatan gigi kini dan nanti. Kami bersemangat melaksanakan program ini karena dengan bertambahnya jumlah FKG pada tahun ini, maka akan semakin banyak masyarakat Indonesia yang sadar mengenai pentingnya menjaga kesehatan gigi," imbuh **drg. Ratu Mirah Afifah**.

Gigi sehat menciptakan senyum kebahagiaan bagi yang memberi dan yang menerima senyuman. Walaupun usia bertambah, senyum sehat kita tidak berubah. Diharapkan Kampanye '**Senyum Sehat Indonesia Kini dan Nanti**' dapat mewujudkan Senyum Sehat Indonesia.

---oo00oo ---



Tentang PT Unilever Indonesia Tbk

PT Unilever Indonesia Tbk telah beroperasi di Indonesia sejak tahun 1933 dan telah berkembang bersama masyarakat Indonesia selama lebih dari 78 tahun. Dengan lebih dari 40 brand, termasuk Pepsodent, Lifebuoy, Lux, Dove, Sunsilk, Clear, Pond's, Citra, Rexona, Rinso, Molto, Blue Band, SariWangi, Royco, Bango, Wall's Ice Cream, Buavita dan masih banyak lagi, produk Unilever telah menjadi bagian dari rumahtangga Indonesia sejak lama. Unilever Indonesia telah 'go public' pada tahun 1981 dan saham-sahamnya tercatat dan diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia. Dengan delapan pabrik dan lebih dari 6.000 karyawan, Unilever berkomitmen tinggi untuk tetap melaju dan maju bersama Indonesia. Pada kuartal pertama 2012, penjualan perusahaan tumbuh 16,5% menjadi Rp 6,6 triliun, sedangkan laba bersih tumbuh 17,8% menjadi lebih dari Rp 1,2 triliun.

Secara global, Unilever berambisi meningkatkan bisnisnya dua kali lipat sambil mengurangi dampak lingkungan yang ditimbulkan menjadi setengahnya dan meningkatkan dampak sosialnya. Untuk mencapai tujuan tersebut, pada tahun 2010 Unilever meluncurkan Unilever Sustainable Living Plan, suatu strategi dengan tiga tujuan utama: Peningkatan Kesehatan dan Kesejahteraan, Pengurangan Dampak Lingkungan dan Peningkatan Pendapatan. Di Indonesia telah ada berbagai pencapaian, antara lain, edukasi tentang cuci tangan pakai sabun yang sampai tahun 2011 telah menjangkau lebih dari empat juta orang, kampanye sikat gigi pagi dan malam hari yang telah menjangkau lebih dari 4.000 anak sekolah, pengurangan kalori pada es krim Paddle Pop dan Moo, pengurangan limbah berbahaya di pabrik-pabrik Unilever sampai 71% (4 juta kg) pada akhir tahun 2010, penggantian lemari penyimpanan es krim dengan lemari pembeku yang ramah lingkungan, peluncuran "Molto Sekali Bilas" yang ramah lingkungan, pembelian teh dan minyak sawit dari sumber yang lestari, pemberdayaan lebih dari 9.000 petani kedelai hitam, dan pengenalan bank sampah sebagai bagian dari program lingkungan Unilever di Indonesia, yang telah mengumpulkan lebih dari 772 ribu ton sampah.

Posisi Unilever yang kuat sebagai pemimpin pasar diakui melalui berbagai penghargaan nasional dan internasional yang telah diterima perusahaan. Pada tahun 2011, Unilever Indonesia menerima 51 penghargaan lokal dan regional dari media papan atas dan berbagai instansi pemerintah dan institusi lain, diantaranya: Asia's Best Managed Companies 2011 dari Finance Asia; Indonesia Top Brand Award 2011 dari majalah Marketing; Indonesia Top Brand for Kids and Teens Award 2011 dari majalah Marketing; Satu dari lima emiten terbaik dari Indonesian Finance Review; Corporate Image 2011 dari Frontier Consulting Group yang bekerjasama dengan Bloomberg Businessweek Indonesia; Word of Mouth Marketing Award (WOMMA) 2011 dari majalah SWA; SWA 100 Indonesia's Best Wealth Creator 2011 dari majalah SWA; PR Program & People of the Year 2011 dari Mix Marketing Communications; dan masih banyak lagi.

Untuk informasi lebih lanjut, hubungi:

PT Unilever Indonesia, Tbk Aurello Yustinus Kaunang <i>Media Relations Manager</i> Tel : (62-21) 526 2112 Fax: (62-21) 526 2046 E-mail: media-relations.Indonesia@unilever.com	R&R Communications Rika M. Novriadi <i>Consultant</i> Tel: (62-21) 7263109-11 Fax: (62-21) 7279 3926 Email: rika.novriadi@rikadanrekan.com
---	---

