



Siaran Pers

Siaran Pers

Siaran Pers

Siaran Pers

Dapat disiarkan segera

Periksa Gigi Secara Rutin untuk Atasi Gigi Berlubang dan Cegah Masalah Kesehatan Serius Lain

Jelang Bulan Kesehatan Gigi Nasional 2012, Pepsodent Bersama PDGI dan AFDOKGI Ajak Masyarakat Periksakan Kesehatan Gigi di 11 Kota Mulai 12 September 2012

Jakarta, 5 September 2012 – Penyakit gigi dan mulut dapat menyebabkan rasa sakit gigi parah, abses gigi, dan berbagai masalah kesehatan serius lainnya seperti kerapuhan tulang dan penyebaran infeksi melalui aliran darah yang akhirnya merambah ke organ tubuh lainnya. Masalah utama yang menyebabkan sakit gigi adalah bakteri yang terdapat pada lubang gigi atau infeksi gusi. Infeksi yang terjadi pada gusi dan akar gigi dapat menjalar ke berbagai organ vital dan menyebabkan banyak gangguan kesehatan.

Kondisi ini memperkuat komitmen Pepsodent untuk tiada henti mengajak masyarakat memeriksakan gigi dan mulutnya secara rutin. Salah satunya adalah melalui **Bulan Kesehatan Gigi Nasional (BKGN)** yang penyelenggaraannya memasuki tahun ketiga pada tahun ini. Kembali bekerjasama dengan Persatuan Dokter Gigi Indonesia (PDGI) dan Asosiasi Fakultas Kedokteran Gigi Indonesia (AFDOKGI), BKGN 2012 akan berlangsung mulai 12 September – 7 November 2012 di 11 kota dengan 15 FKG-RSGM dan dilanjutkan di 10 kota PDGI Cabang, siap memberikan pelayanan kesehatan gigi dan mulut untuk masyarakat. Hadir pada *press conference*; **Drg. Ratu Mirah Afifah GCCLindent., MDSc, Professional Relationship Manager Oral Care**, PT Unilever Indonesia, Tbk, **Dr. drg. Zaura Rini Anggraeni, MDS**, Ketua Umum PB PDGI dan **Prof. Dr. H. Eky S. Soeria Soemantri, drg. Sp.Ort(K)**, Ketua AFDOKGI.

Saat pembukaan *press conference* **Drg. Ratu Mirah Afifah GCCLindent., MDSc** mengatakan, “Dari pelaksanaan BKGN 2011, Pepsodent mendapatkan fakta bahwa sebanyak 93,94% pengunjung BKGN mendapatkan tindakan pembersihan karang gigi, penambalan, pencabutan, dan perawatan gigi lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia masih rentan dengan permasalahan kesehatan gigi dan mulut yang sebenarnya bisa dihindari bila mereka sadar untuk periksa secara rutin.” Data yang diperoleh Pepsodent ini relevan dengan Riskesdas, bahwa sebanyak 72,3% anak-anak berusia di bawah 12 tahun dan 43,4% orang dewasa mengalami gigi berlubang (2007).



Melalui BKGN, Pepsodent bersama PDGI dan AFDOKGI menunjukkan komitmen berkesinambungan dalam kegiatan edukasi yang kontinu untuk mendorong kesadaran dan semangat masyarakat dalam meningkatkan kualitas kesehatan gigi. Seperti yang diutarakan oleh **Dr. drg. Zaura Rini Anggraeni, MDS**, Ketua Umum PB PDGI, kesehatan gigi mempunyai peran penting dan sebagai gerbang dalam menjaga kesehatan tubuh kita, “Infeksi pada gigi dan gusi dapat menjadi faktor risiko bagi banyak gangguan kesehatan yang sistemik dan kronis seperti inflamasi katup jantung, radang sendi, dan sebagainya. Karena itu kami akan terus-menerus mengingatkan masyarakat untuk memelihara dan memeriksakan gigi dan mulutnya secara rutin untuk mencegah kelainan menjadi parah dan kompleks.”

Lebih lanjut **Prof. Dr. H. Eky S. Soeria Soemantri, drg. Sp.Ort(K)**, Ketua AFDOKGI mengatakan, “Salah satu anjuran yang perlu dilakukan adalah mengunjungi dokter gigi setiap 6 (enam) bulan sekali untuk mencegah, mendeteksi secara dini bila ada kelainan dan mendapatkan perawatan gigi segera sebelum keadaan menjadi parah. Kami juga mengharapkan melalui pelayanan yang diberikan selama BKGN, masyarakat semakin mengenal RSGM yang ada di daerah mereka, sehingga persepsi bahwa memeriksakan ke dokter gigi itu menakutkan dan mahal perlahan terkikis.”

Data global juga menunjukkan bahwa penyakit gigi dan mulut menjadi masalah dunia yang dapat mempengaruhi kesehatan secara umum dan kualitas hidup. National Institution of Health di Amerika Serikat melaporkan pada tahun 2000 bahwa karies gigi menjadi penyakit kronis yang paling sering diderita anak usia 5-17 tahun, yang kasusnya lima kali lebih banyak dibanding asma dan tujuh kali dari demam akibat alergi. Jika tidak diobati karies gigi terutama pada anak dapat menyebabkan sakit, gangguan penyerapan makanan, mempengaruhi pertumbuhan, dan hilangnya waktu sekolah. Data terbaru yang dirilis oleh WHO Oral Health Media Centre pada April 2012, memperlihatkan sebanyak 60-90% anak usia sekolah dan hampir semua orang dewasa di seluruh dunia memiliki permasalahan gigi.

FDI World Dental Federation telah menetapkan 12 September sebagai Hari Kesehatan Gigi Dunia pada tahun 2008, sementara tahun lalu di Indonesia tanggal tersebut juga ditetapkan oleh Kementerian Kesehatan RI sebagai Hari Kesehatan Gigi Nasional yang bertepatan dengan pembukaan BKGN 2011. Peresmian BKGN 2012 mendatang rencananya akan dihadiri oleh Presiden FDI World Dental Federation, Dr. Orlando Monteiro da Silva dan Denpasar terpilih sebagai kota pertama pelaksanaan BKGN 2012, dimana *civitas akademika* dari FKG-RSGM Universitas Mahasaraswati akan memberikan pelayanan kesehatan gigi terbaik bagi masyarakat



Bali. Selanjutnya BKGN akan mengunjungi masyarakat di 10 kota lainnya, seperti Jakarta, Bandung, Yogyakarta, Surabaya, Jember, Manado, Makassar, Padang, Medan, dan Aceh.

“Memasuki tahun ketiga penyelenggaraan BKGN, kami memperluas jangkauan pelayanan dengan kehadiran 15 FKG-RSGM yang siap membantu masyarakat menjaga kesehatan gigi dan mulutnya. Ayo, ajak kerabat dan sahabat untuk mengunjungi FKG-RSGM terdekat mulai 12 September hingga 7 November 2012 mendatang. Dengan menyukseskan BKGN 2012, kita semua telah berperan mewujudkan Senyum Sehat Indonesia,” demikian **Drg. Ratu Mirah Afifah GCCLindent., MDSc** menutup acara siang ini dengan tersenyum.

---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 Media Relations Manager Tel : (62-21) 526 2112 Fax: (62-21) 526 2046 E-mail: media-relations.Indonesia@unilever.com	R&R Communications Rika M. Novriadi Consultant Tel: (62-21) 7263109-11 Fax: (62-21) 7279 3926 Email: rika.novriadi@rikadanrekan.com
--	--

