

Siaran Pers

Isu Body Image pada Anak Usia Pra-Remaja

Orang tua punya peran yang sangat besar dalam mengawasi tumbuh kembang anaknya dan membangun persepsi body image anak-anaknya.

Minum susu dan makan makanan bergizi serta aktif berolahraga untuk memperoleh body image yang positif dan rasa percaya diri yang baik

Jakarta, 21 Juni 2016 – Hari ini Frisian Flag Indonesia menggelar bincang-bincang bersama media tentang isu body image pada anak usia remaja bersama para pakar sebagai bagian dari kampanye Drink.Move.BeStrong. Kampanye ini diprakarsai oleh FrieslandCampina dan mempromosikan gaya hidup aktif, mengajak anak-anak untuk minum susu dan makan makanan bergizi serta aktif berolahraga.

Isu body image menjadi topik pilihan pada bincang-bincang kali ini mengingat usia pra-remaja (10-12 tahun) adalah yang paling unik di usia anak-anak (5-12 tahun). Pada saat ini anak-anak mulai mempersiapkan diri memasuki masa remaja dimana interaksi dengan lingkungan sekitarnya berlangsung lebih intens. Anak-anak di usia pra-remaja mulai bergaul dengan teman sekolah dan orang-orang lain di luar lingkungan keluarga dan cara pandang mereka terhadap masyarakat dan kehidupan bersama dalam masyarakat mulai dipengaruhi oleh citra dan rasa percaya diri. Penampilan fisik seperti berat tubuh, penampilan kulit, dan tinggi badan, menjadi faktor penting bagi pra-remaja agar diterima oleh lingkungannya.

“Tumbuh kembang pada usia pra-remaja dan remaja sering luput dari perhatian orang tua karena umumnya anak-anak mulai mendapat kelonggaran untuk menentukan pilihan makan dan minuman yang diasupnya. Selain itu anak-anak di usia ini mulai memasuki masa pubertas yang mempengaruhi tumbuh kembang itu sendiri dimana pendapat peer group adalah yang paling utama. Inilah titik rawannya masa ini karena jika orang tua lengah maka anak-anak usia ini akan mengalami masalah dalam tumbuh kembang,” demikian disampaikan **Dokter Spesialis Anak, Pediatri Sosial dr. Bernie Endyarni Medise, Sp.A(K), M.P.H.** yang hari ini hadir sebagai pembicara.

Penampilan fisik dan persepsi anak-anak pra-remaja terhadap bentuk tubuh mereka juga banyak dipengaruhi oleh idola mereka. Tubuh langsing seorang model atau kekar seperti bintang film favorit menjadi dambaan anak-anak. Di masa ini **persepsi terhadap body image menjadi hal yang penting.**

Sebuah penelitian di AS menunjukkan bahwa body image menjadi isu yang sangat memprihatkan di kalangan anak-anak perempuan dan wanita. 94% perempuan di AS dilaporkan memiliki body image yang negatif terhadap diri mereka dan ingin mengubah salah satu bagian dari tubuhnya. 98% perempuan juga mengakui bahwa setidaknya 1x dalam sehari mereka berpikir negatif terhadap penampilan / bentuk tubuhnya.

Senada dengan apa yang disampaikan oleh dr. Bernie, psikolog keluarga dan remaja Sutji Sosrowardojo yang hari ini juga hadir sebagai pembicara menyampaikan bahwa orang tua mempunyai peranan yang penting dalam membentuk persepsi body image, “Orang tua adalah role model anak-anak. anak-anak akan belajar tentang apa yang benar dan salah dari orang tua. Orang tua yang kerap menilai dirinya dan orang lain dari bentuk tubuhnya akan membentuk persepsi anak-anak tentang body image yang ideal.”

**DRINK
MOVE
BE STRONG**



Berkembangnya isu body image yang keliru di antara anak-anak pra-remaja telah mendorong Frisian Flag Indonesia untuk menggelar media gathering yang membahas isu ini. Melalui kampanye Drink.Move.BeStrong, Frisian Flag Indonesia ingin mensosialisasi dan meningkatkan keyakinan bahwa pola makan yang baik, asupan gizi, dan olahraga rutin akan sangat mempengaruhi tumbuh kembang anak. Sebuah penelitian yang dilakukan SEANUTS bahkan menemukan bahwa minum susu yang teratur dan olahraga yang cukup terbukti mampu menjaga berat badan normal anak, dan membantu memelihara body image yang positif.

“Drink.Move.BeStrong adalah kampanye dari Frisian Flag Indonesia yang didorong oleh keyakinan bahwa pola makan yang baik, asupan gizi, dan olahraga rutin akan sangat mempengaruhi tumbuh kembang anak. Pertumbuhan anak-anak tidak akan optimal jika tubuhnya tidak menerima asupan gizi yang cukup. Hal ini perlu mendapat perhatian khusus dan usaha yang serius demi mendapatkan masa depan yang lebih sehat,” sambut **Corporate Affairs PT Frisian Flag Indonesia Andrew F. Saputro**. “FrieslandCampina meyakini manfaat minum susu untuk meningkatkan kualitas masa depan anak-anak. Sebuah penelitian yang dilakukan SEANUTS menunjukkan bahwa anak-anak yang rutin meminum susu dan aktif berolahraga memiliki berat badan yang normal. Susu merupakan formula yang tepat untuk orang-orang tersayang, sebuah warisan yang baik untuk anak-anak, untuk membantu mengeluarkan potensi terbaik dari tubuh dan pikiran mereka.”

Data SEANUTS, survey mengenai gizi yang diselenggarakan oleh FrieslandCampina selaku perusahaan induk dari Frisian Flag dilakukan terhadap 16.774 anak di Asia Tenggara, merupakan landasan dalam merancang dan menjalankan kampanye ini. Drink, Move, Be Strong; mendorong secara optimal masa tumbuh kembang anak berdasarkan kondisi gizi setiap anak.

--selesai--

About Frisian Flag Indonesia

PT Frisian Flag Indonesia (FFI) adalah perusahaan susu nomor satu di Indonesia yang memproduksi susu khusus untuk anak-anak dan keluarga dengan merek Frisian Flag, yang juga dikenal sebagai Susu Bendera. Frisian Flag telah menjadi bagian dari pertumbuhan keluarga Indonesia sejak 1922. Selama lebih dari 94 tahun di Indonesia, Frisian Flag selalu memberikan komitmennya untuk terus berkontribusi membantu anak-anak Indonesia meraih potensi yang tertinggi mereka, melalui produk-produk kaya gizi. Sebagai bagian dari FrieslandCampina, salah satu koperasi peternak sapi perah terbesar dunia yang berpusat di Belanda, FFI mengacu pada pengalaman global dan kemitraan jangka panjang dengan peternak sapi perah lokal, agar dapat menghadirkan sumber gizi terbaik yang diperoleh dari susu. FFI mengoperasikan fasilitas produksi di Pasar Rebo dan Ciracas, Jakarta Timur, dengan berbagai portofolio produk seperti susu cair, susu bubuk, dan susu kental manis dengan merek Frisian Flag, Omela dan Friso.

Untuk informasi lebih lanjut, silakan kunjungi www.frisianflag.com.

About Drink.Move.BeStrong

Drink.Move.BeStrong adalah aktivasi dan advokasi kampanye terintegrasi pertama di Asia Tenggara, yang bertujuan untuk mendorong gaya hidup aktif dan sehat bagi anak-anak melalui olahraga, serta asupan gizi yang tepat. Kampanye ini dimulai berdasarkan temuan dari data SEANUTS, survei gizi yang diselenggarakan oleh FrieslandCampina di negara-negara Asia Tenggara; Indonesia, Malaysia, Thailand dan Vietnam, untuk mendapatkan pemahaman status gizi dan asupan makanan untuk anak-anak dari usia 6 bulan sampai 12 tahun. Kampanye lintas-pemangku kepentingan dan lintas-kanal ini mendorong anak-

**DRINK
MOVE
BE STRONG**



anak di wilayah ASEAN untuk meminum satu gelas susu setiap harinya dan meluangkan waktu satu jam untuk beraktivitas di luar ruangan. Kampanye regional ini menawarkan beragam aktivitas seperti distribusi susu gratis di sekolah-sekolah, program edukasi kesehatan dan gizi, serta *camp* Jr. NBA.

Untuk informasi lebih lanjut, silakan hubungi:

Andrew F. Saputro

Frisian Flag Indonesia

Tel: (021) 841 0945

Mobile: 0811-8300-449

Email: andrew.saputro@frieslandcampina.com

Sisi Suhardjo

iris Jakarta

Tel: (021) 7919 4669

Mobile: 0818-754-229

Email: sisi.suhardjo@id.iris-worldwide.com