

SIARAN PERS

Untuk diterbitkan Segera

Frisian Flag Indonesia Serukan Pola Aktivitas dan Gizi Seimbang untuk Tumbuh Kembang Anak yang Optimal

Jakarta, 23 April 2015 – Menekankan pentingnya penerapan hidup sehat dan aktif pada anak-anak, Frisian Flag Indonesia pada hari ini menggelar acara *workshop* 'Pola Aktivitas dan Gizi Seimbang untuk Tumbuh Kembang Anak yang Optimal', mengulas temuan studi multisenter South East Asian Nutrition Survey (SEANUTS) yang dilakukan oleh FrieslandCampina melalui Frisian Flag Indonesia pada tahun 2012 lalu, mengenai pola aktivitas anak Indonesia. Survey ini menekankan pada rendahnya tingkat keaktifan anak Indonesia, serta kecenderungan anak saat ini yang lebih gemar untuk menghabiskan waktu menonton TV atau bermain komputer dibandingkan dengan melakukan aktivitas gerak.

"Temuan SEANUTS telah memberikan kami pandangan yang lebih luas akan kondisi gizi maupun aktifitas anak-anak secara umum, baik di Indonesia maupun negara Asia Tenggara lainnya, dimana kesenjangan gizi serta rendahnya tingkat keaktifan anak menjadi dua hal yang layak mendapatkan perhatian," kata **Andrew F. Saputro, Head of Corporate Affairs Frisian Flag Indonesia**. "Kondisi dimana lebih dari 50% anak Indonesia tidak mendapat asupan beberapa zat gizi yang cukup, serta pola aktivitas mereka yang cenderung pasif inilah yang kemudian semakin memacu Frisian Flag untuk menyebarkan semangat 'Drink, Move, Be Strong', sehingga anak-anak mampu memahami pentingnya asupan gizi yang baik dan mengadaptasi gaya hidup aktif melalui olah raga," tambahnya.

Jurnal Gizi Indonesia mengenai data SEANUTS mengenai pola aktivitas anak menemukan bahwa lebih dari separuh anak Indonesia dianggap tidak aktif. Hal ini didasari atas jumlah langkah yang dilakukan sehari-hari, dimana anak laki-laki berjalan kurang dari 15.000 langkah setiap hari, dan anak perempuan berjalan kurang dari 12.000 langkah setiap hari. Fakta ini sejalan dengan meningkatnya persentase anak yang mendapat paparan TV dan komputer, dimana sebanyak 55,2% anak menghabiskan waktunya menonton televisi, bermain komputer ataupun *game* lebih dari 2 jam setiap harinya.

"Penelitian mengenai pola aktivitas anak Indonesia juga memperlihatkan bahwa anak-anak yang dianggap kurang gerak (*sedentary*) lebih banyak berasal dari keluarga berpenghasilan lebih tinggi. Hal ini dikarenakan orang tua mereka memiliki kemampuan material yang cukup baik untuk menyediakan fasilitas TV, komputer maupun *game* di rumah," ungkap **Dr. Ir. Heryudarini Harahap M.Kes, peneliti ahli dari Persatuan Ahli Gizi Indonesia (PERSAGI)**.

Kondisi kurang gerak serta asupan gizi yang kurang memadai, diyakini memiliki kontribusi atas kurang optimalnya tumbuh kembang anak. Untuk itu, pesan 'Drink, Move, Be Strong' yang disampaikan seiring dengan dilakukannya GERAKAN NUSANTARA (MiNUm Susu TiAp Hari uNTuk Anak CeRdas Aktif IndonesiA) oleh Frisian Flag Indonesia sejak tahun 2013 lalu, diharapkan mampu membuat anak-anak membiasakan minum susu serta mengadaptasi gaya hidup aktif dengan berolah raga secara teratur.

"Sejak usia di atas satu tahun hingga remaja, anak diharapkan untuk dapat bergerak aktif guna mengoptimalkan pertumbuhannya. Untuk menunjang hal tersebut, sangatlah penting bagi mereka mendapatkan asupan makanan dengan gizi yang sesuai, yang di dalamnya terkandung kecukupan kalori, kalsium, protein, dan nutrisi lainnya, sebagai *supply energi*," kata **dr. M.F. Conny Tanjung, SpA (K), Ketua Unit Kerja Nutrisi dan Penyakit Metabolik Ikatan Dokter Anak Indonesia (IDAI) JAYA**. "Anak juga membutuhkan tulang yang kuat dalam beraktifitas, dan dalam hal ini, asupan kalsium dan vitamin D akan berperan sebagai zat penunjang kekuatan tulang, yang pertumbuhan optimalnya akan dicapai ketika anak bergerak aktif dan terpapar sinar matahari," tambahnya.

Melalui GERAKAN NUSANTARA, pesan 'Drink, Move, Be Strong' disampaikan dengan memberi pengetahuan kepada anak-anak bagaimana memilih jajanan sehat, variasi makanan yang bergizi, serta meningkatkan kebiasaan minum susu dan membiasakan diri agar lebih aktif untuk terkena paparan sinar matahari pagi. Hingga kini, pesan 'Drink, Move, Be Strong'telah menjangkau anak-anak dari lebih dari 750 sekolah di lima kota besar di Indonesia.

Selain itu, untuk semakin memacu anak-anak menerapkan hidup aktif dengan giat berolah raga, Frisian Flag Indonesia kembali menghadirkan 'Jr. NBA presented by Frisian Flag', ajang pembinaan internasional bekerja sama dengan National Basketball Association (NBA), sebuah organisasi basket ternama asal Amerika Serikat yang digelar untuk tahun ke-2 di Indonesia. Program yang juga merupakan bagian dari GERAKAN NUSANTARA ini, tengah berlangsung sejak bulan Maret hingga Agustus 2015, dan ditargetkan mampu menjangkau lebih dari 3.000 anak di wilayah Jabodetabek.

###

Untuk keterangan lebih lanjut, silakan menghubungi:

<p>Andrew F. Saputro Head of Corporate Affairs Frisian Flag Indonesia Andrew.saputro@frieslandcampina.com 0811-8300449</p>	<p>Putri A. Sasongko PR Account Manager iris Worldwide putri.sasongko@id.iris-worldwide.com 0811-896717</p>
--	--



PT Frisian Flag Indonesia
Jl. Raya Bogor Km 5
Pasar Rebo
Jakarta 13760
Indonesia
T +62 (0) 21 8410945, 8400611,
8410950, 87780645
F +62 (0) 21 87780666
www.frisianflag.com
www.frieslandcampina.com

Tentang FrieslandCampina

Royal FrieslandCampina N.V. (FrieslandCampina) adalah perusahaan produsen susu yang berpusat di Amersfoort, Belanda. FrieslandCampina memiliki 39 merek, mempekerjakan 22.168 karyawan yang mengoperasikan 100 fasilitas produksi kantor cabang dan anak perusahaan di 32 negara. Pada 2014, FrieslandCampina melaporkan pendapatan sebesar 11,3 milyar Euro dan mengolah 9.5 milyar kilo susu segar menjadi produk berbasis susu.

FrieslandCampina sepenuhnya dimiliki oleh Zuivelcoöperatie FrieslandCampina U.A., sebuah koperasi peternak sapi perah yang telah berpengalaman selamalebih dari 140 tahun dan beranggotakan 19.054 peternak yang mengoperasikan peternakan di Belanda, Jerman dan Belgia. Koperasi ini bertujuan untuk memberikan hasil maksimum dari susu yang disuplai oleh para peternak agar dapat memberikan yang terbaik bagi semua anggota koperasi. Melalui koperasi, setiap peternak yang menjadi anggotanya adalah pemilik dari FrieslandCampina.

FrieslandCampina berperan penting dalam memenuhi kebutuhan gizi ratusan juta manusia setiap hari di seluruh penjuru dunia. Produk-produk yang dihasilkan termasuk minuman berbasis susu, makanan bayi dan balita, keju, mentega, krim, makanan ringan dan bahan baku berbasis susu. Selain menghasilkan beragam produk bagi konsumen, FrieslandCampina juga menyalurkan produk dan bahan baku ke sektor industri makanan, rumah sakit dan industri obat.

FrieslandCampina membagi usahanya dalam empat kelompok, yaitu Consumer Product Europe, Middle East & Africa, Consumer Products Asia, Cheese, Butter & Milkpowder & Ingredients. Merek-merek yang terkenal dari FrieslandCampina adalah Campina, Chocomel, Fristi, Friesche Vlag, Mona, Optimel, Vifit, Milner, Frico, Buttergold, Valess, Appelsientje, DubbelFriss, CoolBest, Landliebe, Fruttis, Joyvalle, Yazoo, Milli Mia, Pöttyös, Napolact, NoyNoy, Dutch Lady, Frisian Flag, Foremost, Peak, Rainbow, DMV, Kievit, Domo, Creamy Creation dan Nutrifeed.

Tentang Frisian Flag Indonesia

PT Frisian Flag Indonesia (FFI) adalah produsen produk bergizi berbasis susu khusus anak-anak dan keluarga di Indonesia dengan merek Frisian Flag yang juga dikenal sebagai Susu Bendera. Frisian Flag telah menjadi bagian dari pertumbuhan keluarga Indonesia sejak tahun 1922. Selama lebih dari 90 tahun di Indonesia, Frisian Flag selalu memberikan komitmennya untuk terus berkontribusi membantu anak-anak Indonesia meraih potensinya yang tertinggi, melalui produk-produk kaya gizi.

Sebagai bagian dari FrieslandCampina, 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, Omeladan Friso.

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

Tentang SEANUTS

South East Asia Nutrition Survey (SEANUTS) adalah studi multisenter tentang status gizi mendalam di 4 negara – Indonesia, Malaysia, Thailand dan Vietnam – selama 12 bulan yang dibiayai FrieslandCampina dan bertujuan untuk meneliti status gizi, pertumbuhan dan pola makan dan asupan gizi anak-anak berusia 6 bulan hingga 12 tahun. Studi dilaksanakan dengan melibatkan organisasi-organisasi terkait di



masing-masing negara tersebut dan protokol survei dilakukan dengan jumlah dan wilayah yang dapat memberikan data nasional yang representatif.

Di Indonesia, SEANUTS dilaksanakan bersama PERSAGI (Persatuan Ahli Gizi Indonesia) dan melibatkan 7.211 anak-anak; 3.542 anak-anak di Malaysia (Universiti Kebangsaan Malaysia); 3.119 anak-anak di Thailand (Mahidol University); dan 2.872 anak-anak di Vietnam (Vietnam National Institute), dengan total 16.744 anak-anak.

Khusus di Indonesia, studi ini dilakukan mulai Januari hingga Desember 2011 di 192 kelurahan/desa, 48 kabupaten/kota dari 25 propinsi.

SEANUTS di Indonesia bertujuan untuk mendapatkan data yang saat ini tidak tersedia dan memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai status gizi anak-anak, khususnya dari pola dan makanan yang dikonsumsi, kandungan gizi makro dan mikronya, serta dampaknya terhadap pertumbuhan fisik dan kognitif mereka.

Temuan dari SEANUTS Indonesia memperlihatkan bahwa *stunting* (pendek) masih menjadi masalah: di mana ditemukan 25.1% anak-anak di perkotaan, dan sebanyak 39.2 % ditemukan di daerah perdesaan. Melalui pengukuran kadar vitamin D yang ada dalam darah, SEANUTS Indonesia menemukan bahwa lebih dari 40% anak Indonesia mengalami defisiensi vitamin D. Penelitian ini juga menganalisa asupan gizi anak-anak Indonesia dan ditemukan bahwa 50% mendapat asupan Kalsium, Zat Besi, dan Vitamin C di bawah Angka Kecukupan Gizi (AKG). (*British Journal of Nutrition, Volume 110 (Sup. 3), September 2013*)

Mengukur aktivitas fisik, SEANUTS menemukan bahwa lebih dari setengah anak Indonesia dapat dianggap tidak aktif karena memiliki jumlah langkah sehari-hari yang terlalu sedikit (>15.000 untuk anak laki-laki dan >12.000 untuk anak perempuan) dan terlalu banyak terpapar layar komputer dan televisi (<2 jam). (*Jurnal GIZI INDONESIA, Volume 36 (No. 2), September 2013*)

Hasil SEANUTS sudah dipresentasikan pada periode 2012 - 2015 baik dalam konferensi regional dan nasional. Hasil ini juga telah dipublikasikan pada jurnal ilmiah *British Journal of Nutrition* dan *Jurnal GIZI INDONESIA*.

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

Tentang GERAKAN NUSANTARA

Frisian Flag Indonesia dengan komitmennya dalam mendukung peningkatan gizi untuk tumbuh kembang optimal anak-anak Indonesia, meluncurkan program Gerakan Nusantara pada tahun 2013. Program yang juga dibuka oleh Wakil Menteri Pendidikan Indonesia, Dr. Ir. H. Musliar Kasim pada tahun 2013 dan diikuti dengan tahun kedua yang dibuka secara resmi oleh Menteri Pendidikan Indonesia, Muhammad Nuh pada tahun 2014 di Gedung Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. Gerakan Nusantara telah berhasil menjangkau 750 sekolah dasar di 5 kota besar Indonesia yaitu Jakarta, Surabaya, Bandung, Medan, dan Makassar. Gerakan Nusantara bertujuan untuk melengkapi anak-anak usia sekolah dengan pengetahuan cukup untuk memilih jajanan sehat, variasi makanan yang bergizi, serta meningkatkan kebiasaan minum susu dan membiasakan diri agar lebih aktif untuk terkena paparan sinar matahari pagi. Aktifitas dalam Gerakan Nusantara termasuk pembelajaran tentang gizi kepada pelajar, kegiatan olahraga luar ruangan dan program Kantin Sehat. Sampai tahun 2014, jumlah anak-anak yang mendapatkan pembelajaran



PT Frisian Flag Indonesia
Jl. Raya Bogor Km 5
Pasar Rebo
Jakarta 13760
Indonesia
T +62 (0) 21 8410945, 8400611,
8410950, 87780645
F +62 (0) 21 87780666
www.frisianflag.com
www.frieslandcampina.com

tentang gizi mencapai 190.000, sedangkan anak-anak yang turut serta dalam uji coba susu mencapai 300.000. Gerakan Nusantara akan terus berlanjut selama 2015 dan memiliki visi untuk menjangkau 500 Sekolah Dasar di seluruh Indonesia.

