



## SIARAN PERS

Untuk diterbitkan segera

### **Bantu Jaga Imunitas Anak, Frisian Flag Milky Jadi Pilihan Susu Lebih Sehat untuk Anak Indonesia**

- *3 masalah kesehatan anak di masa pandemi: defisiensi vitamin D3, kurang gerak, dan konsumsi jajanan minim protein*
- *Berkolaborasi dengan Alfamart, hadirkan kemudahan akses terhadap produk susu lebih sehat untuk anak-anak Indonesia*

**Jakarta, 23 Juli 2021** – Melonjaknya kasus penularan Covid-19 pada kelompok usia anak tentu menjadi perhatian kita bersama. Selain dengan tegas menerapkan protokol kesehatan yang ketat dengan menerapkan 5M (Memakai masker, Mencuci tangan, Menjaga jarak, Menjauhi kerumunan, dan Membatasi mobilitas), mengonsumsi makanan bergizi seimbang dan asupan yang lebih sehat penting untuk dilakukan - sebagai pertahanan dasar untuk memperkuat daya tahan tubuh dari dalam. Di momen peringatan Hari Anak Nasional 2021, **Frisian Flag Indonesia (FFI)** menghadirkan rangkaian produk **Frisian Flag Milky** dengan logo 'Pilihan Lebih Sehat'. Inovasi ini, menjadi bagian dari upaya FFI untuk terus melindungi gizi anak-anak Indonesia melalui kehadiran produk berbasis susu yang bergizi, berkualitas, dan terjangkau.

Berdasarkan Pedoman Pelaksanaan Hari Anak Nasional (HAN) 2021, pelaksanaan HAN tahun ini mengangkat tema 'Anak Terlindungi, Indonesia Maju' dengan *tagline* #AnakPedulidiMasaPandemi. Tema ini diangkat sebagai ajakan untuk terus memberikan perlindungan terbaik bagi anak, sekaligus sebagai jawaban atas tantangan pandemi yang tengah kita hadapi bersama saat ini.

"Peringatan Hari Anak Nasional tahun ini menjadi momentum untuk kembali memprioritaskan pemberian perlindungan bagi anak. Salah satu perlindungan yang penting diberikan adalah dengan menjaga asupan gizi anak, guna meningkatkan daya tahan tubuh dan kualitas kesehatan jangka panjangnya. Hal ini kian relevan, di tengah pandemi yang masih menjadi ancaman. Sejalan dengan tema HAN 2021, Frisian Flag Indonesia berkomitmen untuk turut ambil peran dalam upaya melindungi kesehatan anak Indonesia, dengan terus menghadirkan produk bergizi dan berkualitas. Kehadiran logo 'Pilihan Lebih Sehat' pada produk Frisian Flag Milky, menjadi pengejawantahan dari komitmen kami untuk meningkatkan status dan literasi gizi anak Indonesia. Karena cukup dengan melihat centang hijau di kemasan, anak dengan mudah dapat mengenali produk Frisian Flag Milky sebagai pilihan yang lebih sehat," ujar **Marketing Director Frisian Flag Indonesia, Felicia Julian**.

Di tengah tantangan pandemi seperti saat ini, pembatasan mobilitas pada anak guna mencegah penyebaran virus nyatanya bukan tanpa tantangan. **Ahli Gizi Dr. Rita Ramayulis, DCN, M.Kes** menjelaskan, "Selama masa pandemi, 3 masalah kesehatan yang kerap ditemui pada anak, khususnya di usia sekolah dasar di antaranya: 1) Rendahnya paparan sinar matahari sehingga anak akan rentan defisiensi vit D3; 2) Kurang gerak, sehingga berisiko kelebihan berat badan; 3) Konsumsi jajanan minim protein, vitamin dan mineral. Kondisi ini tentu mengkhawatirkan, mengingat defisiensi protein dan vitamin D3 menjadi salah satu penyebab imunitas turun, sehingga anak mudah terpapar virus berbahaya. Selain dengan mengonsumsi gizi seimbang, aktif bergerak, dan mendapatkan paparan sinar matahari, pemilihan asupan tambahan atau jajanan yang kaya protein dan vitamin D, menjadi solusi yang penting dilakukan. Sebagai salah satu sumber asupan yang kaya



akan protein dan sumber vitamin D, susu memberikan manfaat yang dibutuhkan tubuh anak, untuk dapat bertahan dalam situasi pandemi seperti saat ini.”

Ditambahkan Dr. Rita, kehadiran produk dengan kandungan gula, garam dan lemak yang aman, dan telah mendapatkan label pilihan lebih sehat, dapat memudahkan orang tua dan anak dalam memilih asupan atau jajanan yang lebih baik. “Terkait perlindungan kesehatan pada anak, penerapan protokol kesehatan yang ketat, dan mengonsumsi pilihan lebih sehat adalah keharusan, *no debat!*” imbuh Dr. Rita. Ia juga menghimbau kepada orang tua untuk juga memberikan edukasi pada anak tentang cara memilih jenis asupan yang baik bagi tubuh, dimulai dari memperhatikan logo dan informasi gizi yang tertera pada kemasan.

Setelah sebelumnya hadir pada rangkaian susu siap minum *Purefarm* dalam berbagai ukuran dan rasa, kali ini, FFI menerapkan logo ‘Pilihan Lebih Sehat’ pada produk siap konsumsi **FF Milky** ukuran 115ml dan 180ml yang hadir dalam varian rasa coklat dan stroberi yang nikmat dengan karakter Zuzhu dan Zazha yang disukai anak-anak. Produk yang mendapatkan logo ini berarti telah memenuhi persyaratan dari BPOM terkait kandungan gula, garam, dan lemak yang lebih **sehat** dari produk lain tanpa logo centang hijau, dan aman dikonsumsi dalam jumlah yang wajar. Kehadiran logo ‘Pilihan Lebih Sehat’ juga memudahkan orang tua dalam mengedukasi anak tentang cara mudah memilih asupan yang lebih sehat sejak dini.

Menghadirkan kemudahan bagi masyarakat luas, FFI juga bekerjasama dengan Alfamart dalam memberikan akses terhadap produk susu yang lebih sehat untuk anak, serta menginisiasi program berbagi gizi untuk ratusan ribu anak Indonesia. Menanggapi kolaborasi ini, Marketing Director Alfamart, Ryan Alfons Kaloh menyampaikan, “Kolaborasi yang dijalin Frisian Flag Indonesia dan Alfamart, menjadi bentuk kepedulian dan upaya kami bersama, dalam membantu melindungi dan menjaga gizi anak-anak di Indonesia. Memanfaatkan jalur distribusi yang luas dan kedekatan dengan masyarakat, kami berharap dapat memberikan akses kepada masyarakat terhadap asupan yang lebih sehat untuk anak melalui Frisian Flag Milky. Juga, melalui program donasi yang digagas, kami mengajak lebih banyak masyarakat untuk turut peduli dan ambil bagian pada pemenuhan gizi anak-anak yang kurang beruntung. Semangat ini juga sejalan dengan *tagline* HAN 2021, #AnakPedulidiMasaPandemi.” Ditambahkan Ryan, selama periode 16 Juli - 15 Agustus 2021, setiap pembelian 3 kotak Frisian Flag Milky 115ml (varian apa saja) di Alfamart, masyarakat secara otomatis telah turut berdonasi 1 kotak susu untuk anak Indonesia yang kurang beruntung.

“Kami berharap, kemitraan kami dengan Alfamart dapat menjadi langkah positif yang menginspirasi dan menggerakkan lebih banyak orang untuk ikut serta membantu melindungi gizi anak-anak Indonesia. Kami percaya, pemenuhan gizi terbaik pada anak, menjadi modal utama dalam upaya mewujudkan Indonesia yang Sehat, Sejahtera dan Selaras - sesuai dengan visi yang diusung perusahaan *Nourishing by Nature,*” tambah **Corporate Affairs Director Frisian Flag Indonesia, Andrew F. Saputro.**

\*\*\*



Untuk keterangan lebih lanjut, silakan menghubungi:

<p><b>Andrew F. Saputro</b> Corporate Affairs Director Frisian Flag Indonesia <a href="mailto:Andrew.saputro@frieslandcampina.com">Andrew.saputro@frieslandcampina.com</a> 08118300449</p>	<p><b>Rika Mayasari</b> PR Consultant R&amp;R Public Relations <a href="mailto:rika.novriadi@rikadanrekan.com">rika.novriadi@rikadanrekan.com</a> 0811103862</p>
--	--

#### **Tentang Frisian Flag Indonesia**

PT Frisian Flag Indonesia (FFI) adalah salah perusahaan susu terdepan di Indonesia yang menyediakan produk bernutrisi untuk anak-anak dan keluarga dengan merek FRISIAN FLAG®, FRISO®, SUSU BENDERA®, dan OMELA®. FRISIAN FLAG® telah menjadi bagian dari pertumbuhan keluarga Indonesia sejak 1922.

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. Untuk informasi lebih lanjut, silakan kunjungi [www.frisianflag.com](http://www.frisianflag.com)

#### **Tentang FrieslandCampina**

Setiap harinya, FrieslandCampina menyediakan pangan kaya gizi kepada jutaan konsumen di seluruh dunia. Dengan jumlah pendapatan tahunan sebesar 11.1 miliar euro, menjadikan FrieslandCampina salah satu produsen susu terbesar di dunia. FrieslandCampina menyediakan produk bagi konsumen maupun profesional, memasok bahan baku bagi produsen produk gizi bayi & balita, maupun industri makanan dan sektor farmasi di seluruh dunia.

FrieslandCampina memiliki kantor cabang di 36 negara dengan lebih dari 100 fasilitas produksi dengan 23.816 karyawan, serta produk yang tersedia di lebih dari 100 negara. Perusahaan ini dimiliki secara penuh oleh Zuivelcoöperatie FrieslandCampina U.A, beranggotakan 16.995 peternak sapi perah yang tersebar di Belanda, Jerman dan Belgia, menjadikannya salah satu koperasi peternak sapi perah terbesar di dunia.

Untuk informasi lebih lanjut, silakan kunjungi [www.frieslandcampina.com](http://www.frieslandcampina.com).