

## FAQ

### Menyikat gigi pagi + malam

Q1 : Apakah kampanye menyikat gigi pagi + malam itu?

A1 : Unilever Oral Care, melalui brand-brandnya (termasuk Signal, Pepsodent, Close UP dan Mentadent) merintis kampanye menyikat gigi pagi + malam. Target jangka panjang kampanye ini adalah menciptakan kebiasaan menyikat gigi pagi dan malam pada anak-anak dan orang tua mereka. Para ahli yakin bahwa menyikat gigi 2 kali sehari dengan pasta gigi berfluoride sangat menguntungkan bagi kesehatan gigi dan mulut. Dengan kebiasaan menyikat gigi 2 kali sehari dengan pasta gigi berfluoride, maka resiko kerusakan gigi pada anak-anak dapat berkurang sebesar 50 %<sup>1</sup> ketimbang mereka yang hanya menyikat gigi 1 kali dalam sehari. Nilai 50 % tersebut berarti juga mengurangi penderitaan, rasa sakit, kehilangan kepercayaan diri serta biaya yang harus dikeluarkan saat menderita kerusakan gigi.

Kampanye Unilever Oral Care ditargetkan untuk membantu para orang tua mengubah suasana menyikat gigi yang menjengkelkan menjadi menyenangkan serta sarat dengan pengetahuan yang menambah pengalaman.

Q2 : Alasan apakah yang mendorong Unilever Oral Care menjalankan kampanye ini?

A2 : Tujuan utama dari semua yang kami kerjakan adalah untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat melalui kesehatan gigi dan mulut mereka. Kesehatan gigi dan mulut yang buruk akan menyebabkan rasa sakit dan penderitaan bagi banyak orang. Kenyataannya, kesehatan gigi dan mulut seringkali terlupakan bila seseorang sedang menyusun agenda perawatan kesehatan mereka. Padahal menurut WHO, penyakit gigi dan mulut bisa terasa lebih berat ketimbang penyakit serius lainnya seperti TBC maupun malaria. Tidak cuma itu, penyakit gigi dan mulut telah menjadi alasan dari terbuangnya berjuta-juta jam belajar bagi anak sekolah dan jam kerja bagi karyawan setiap tahunnya. Dengan luasnya skala operasional Unilever Oral Care, diharapkan kampanye ini mampu membuat perbedaan sehingga dapat meningkatkan perawatan gigi dan mulut secara global.

---

<sup>1</sup> \*Pine et al. Int Dent J 2000; 50: 312-323

Dengan keberadaan kami di lebih dari 50 negara di seluruh dunia, produk-produk Unilever menjangkau 4 triliun orang, atau sama dengan 70% dari populasi dunia. Lebih lanjut lagi, Unilever Oral Care menyokong lebih dari 40 program peningkatan kesehatan gigi dan mulut di berbagai negara di seluruh dunia. Unilever Oral Care juga menjalin kerjasama khusus dengan FDI sebagai Federasi Dental Dunia yang berfungsi sebagai badan suara independen para dokter gigi di seluruh dunia dalam rangka meningkatkan kesehatan gigi dan mulut dalam skala global.

Kampanye menyikat gigi pagi + malam akan menjadi tujuan utama dari keseluruhan program peningkatan kesehatan gigi dan mulut kami. Baik itu program kampung tenda gigi, bulan inisiatif pencegahan sakit gigi, kunjungan ke sekolah-sekolah kedokteran gigi serta 40 program peningkatan kesehatan gigi dan mulut Unilever yang sedang berjalan di 37 negara bekerjasama dengan FDI.

Q3 : Bagaimana bentuk kampanye ini?

A3 : Kampanye ini disuarakan melalui 2 tokoh karakter; Ayah Adi dan Dika, pasangan ayah dan anak yang berbagi tips dan trik tentang bagaimana membuat suasana menyikat gigi menjadi menyenangkan. Kampanye ini akan dipaparkan dalam seri iklan televisi yang ditayangkan pada jam-jam premier di semua negara operasional Unilever Oral Care setiap harinya. Isi iklan akan mengajak pemirsa menyaksikan petualangan Ayah Adi dalam menggunakan trik-trik komedi untuk mengajari anaknya Dika menyikat gigi, terutama di malam hari. Kemudian sebuah program juga akan dijalankan di sekolah-sekolah, dirancang khusus untuk mengajari para siswa bagaimana menyikat gigi dengan cara yang tepat di waktu yang tepat pula. Bersamaan dengan itu, dijalankan juga kampanye yang ditargetkan bagi para dokter gigi untuk membantu mereka menyediakan bahan edukasi yang menarik untuk kemudian diteruskan kepada pasien mereka. Terakhir, dilaksanakan juga kampanye PR untuk meningkatkan kewaspadaan masyarakat akan bahaya buruknya kesehatan gigi dan mulut anak-anak, dan juga kesadaran para orang tua untuk mengetahui apa yang harus mereka lakukan untuk berperan aktif dalam menangani masalah ini.

Q4 : Apa yang menjadi inspirasi kampanye ini?

A4 : Dari sebuah konsep yang sederhana. Tidak hanya terinspirasi dari pengalaman para ibu yang kesulitan menyuruh anaknya menyikat gigi, tapi juga penerapan hasil

penelitian ilmiah yang akan bersentuhan langsung dengan kualitas pengalaman keluarga, gambar dan pesan yang mempromosikan kebiasaan menyikat gigi.

Unilever Oral Care melakukan sebuah penelitian<sup>2</sup> di Cina yang mengukur efek balik dari dua jenis iklan yang berbeda terhadap kebiasaan menyikat gigi pada orang dewasa dan pada anak-anak. 246 keluarga di bagi menjadi 2 kelompok selama 3 minggu; grup pertama diberi tontonan iklan yang menggambarkan seorang ayah dan anak menikmati waktu berkualitas mereka serta menyikat gigi mereka bersama-sama; sementara grup yang kedua diberi tontonan iklan tradisional sebuah iklan anti kerusakan gigi sebuah produk pasta gigi. Setelah itu, diukurlah kebiasaan menyikat gigi dari kedua grup tersebut. Agar hasil yang didapat lebih akurat, para keluarga ini diberikan sikat gigi sensorik yang telah dilengkapi dengan sebuah chip pada pegangan sikatnya. Chip ini berguna untuk mencatat kebiasaan menyikat gigi mereka sebelum dan sesudah melihat iklan sehingga dihasilkan catatan detil tentang durasi dan frekuensi dari jumlah total menyikat gigi selama sesi penelitian.

Hasilnya mengesankan. Keluarga yang menonton iklan seorang ayah dan anaknya sedang menyikat gigi bersama menjadi lebih sering menyikat gigi mereka di malam hari sejak pertama kali melihat iklan tersebut, begitu pula di hari-hari seterusnya. Walau hal ini ternyata hanya terjadi untuk sementara saja, namun mereka menyikat gigi lebih sering ketimbang kelompok keluarga yang tak menonton iklan tersebut (grup ke dua). Iklan ini mempengaruhi 24% keluarga dan merupakan sebuah hasil yang baik. Meski ternyata kebiasaan itu tak berlanjut hingga akhir penelitian, namun kami merasa telah menemukan sesuatu.

Q5 : Apakah menyikat gigi setiap pagi dan malam sudah cukup untuk meningkatkan kesehatan gigi dan mulut?

A5 : Para ahli perawatan gigi percaya bahwa hal yang terpenting dalam upaya meningkatkan kesehatan gigi dan mulut adalah dengan menyikat gigi setiap pagi dan malam dengan pasta gigi berfluoride. Jangan sepelekan pentingnya menyikat gigi: karena penyakit gigi dan mulut ternyata berhubungan dengan banyak penyakit serius; periodontitis (penyakit gusi parah) telah terbukti berhubungan dengan penyakit jantung dan darah tinggi, stroke serta penyakit paru-paru akibat bakteri.

---

<sup>2</sup> Claessen et al. Int J 2008; 58: 307-320

Q6 : Di negara mana saja kampanye ini akan dijalankan?

A6 : Kampanye ini adalah kampanye global yang dirancang untuk membuat anak-anak dan orang tuanya menyikat gigi mereka setiap pagi dan malam dengan cara yang menyenangkan, yang rencananya akan dijalankan di banyak negara di seluruh dunia.

Q7 : Berapa lama kampanye ini akan berlangsung?

A7 : Kami berinisiatif untuk menjadikan kampanye ini sebagai program jangka panjang kami.

Q8 : Hasil dan implikasi apa yang akan didapatkan dari kampanye ini?

A 8 : Bila kampanye ini sukses, jutaan anak di seluruh dunia, dan juga para orang tua akan menyikat gigi mereka setiap pagi dan malam hari sebagai ritual yang menyenangkan. Kami juga menjalankan program untuk sekolah yang telah diimplementasikan di seluruh dunia dan dirancang bersama dengan Profesor Cynthia Pine (CBE), seorang ahli dalam merancang program-program sekolah untuk mengubah kebiasaan para siswa agar memiliki kebiasaan yang efektif dalam perawatan gigi dan mulut. Bahan-bahan materi pemasaran kami pun terinspirasi dari sebuah hasil penelitian ilmiah tentang hal-hal yang dapat membantu para orang tua dan anak agar mereka menyikat gigi dengan semangat. Kami yakin, sama seperti yang dipercayai oleh para ahli kesehatan gigi, bahwa hal terpenting yang harus dilakukan untuk meningkatkan kesehatan gigi dan mulut adalah membuat orang-orang untuk menyikat gigi mereka setiap pagi dan malam dengan pasta gigi berfluoride. Harapannya, semua elemen yang terkait dapat bersama-sama membuat kampanye ini mencapai tingkat keberhasilan yang tinggi, agar dapat secara positif mengubah kebiasaan orang-orang dalam hal perawatan gigi dan mulut.

Q9 : Bagaimana caranya agar anak-anak dan para orang tua bisa menjadi bagian dari kampanye ini?

A9 : Yang menarik dari kampanye ini adalah, semua orang dapat turut berpartisipasi walau brand pasta gigi yang dimiliki oleh Unilever Oral Care di setiap negara bisa berbeda. Para orang tua dan anak-anak bisa men-*download* perlengkapan dan permainan yang berguna dari halaman situs kami untuk membantu mereka menyikat gigi setiap pagi dan malam dengan suasana yang menyenangkan sambil belajar. Materi

iklan Ayah Adi dan Dika juga dapat di-*download*, sehingga keluarga-keluarga lain dapat ikut berbagi tips dan trik mereka dalam upaya membuat menyikat gigi pagi dan malam menjadi pengalaman yang menyenangkan.

Q10: Adakah keterlibatan badan independen dalam kampanye ini?

A10: Kampanye menyikat gigi Pagi + Malam didukung sepenuhnya oleh FDI, Federasi Dental Dunia dan Profesor Cynthia Pine CBE, seorang ahli terkemuka dalam membuat program-program sekolah yang efektif untuk meningkatkan kesehatan gigi dan mulut. Di tingkat per negara, asosiasi-asosiasi dental nasional yang bekerjasama dengan brand Unilever Oral Care juga akan mendukung kampanye ini.

Q11 : Apakah kampanye ini hanya sebuah rencana strategi untuk meningkatkan penjualan?

A11: Pentingnya menyikat gigi jangan sampai terabaikan: Penyakit gigi dan mulut ternyata berhubungan dengan banyak penyakit serius; periodontitis ( penyakit gusi yang rusak parah) ternyata berhubungan dengan penyakit jantung dan darah tinggi, strok serta penyakit paru-paru akibat bakteri.

Jutaan anak di seluruh dunia tidak menyikat gigi mereka 2 kali sehari. Oleh karena itu meningkatkan penggunaan produk-produk pemeliharaan gigi serta menyikat gigi dengan pasta gigi berfluoride adalah hal yang baik. Di satu sisi, sebagai produsen pasta gigi dan sikat gigi, kami memang diuntungkan, namun produk-produk ini harus betul-betul tersedia dan mudah dijangkau. Unilever adalah perusahaan yang berpengalaman dan ahli dalam hal menyediakan produk-produk tersebut. Unilever adalah produsen yang bertanggungjawab, dan memiliki komitmen penuh untuk membantu para konsumen dengan memberikan pelajaran lebih banyak tentang pentingnya menjaga kesehatan gigi dan mulut. Tentunya, pencegahan selalu lebih baik dibandingkan pengobatan.

Untuk informasi lebih lanjut, silahkan hubungi Unilever setempat atau Anda dapat menghubungi kontak pers kami: Alchemy Kreative Communications, Emiria Ferida, Senior Creative Consultant, Tel: (62-21) 739 9922 Fax: (62-21) 739 9111, E-mail: [emyr@alkemi.co.id](mailto:emyr@alkemi.co.id)