



**SIARAN PERS
UNTUK DISIARKAN SEGERA**

Cadbury Luncurkan Kemasan Spesial “Terima Kasih” sebagai Apresiasi Melewati Satu Tahun Masa Pandemi

Kemasan spesial Cadbury “Terima Kasih” juga hadir dengan edisi kearifan lokal dalam 6 bahasa daerah

Jakarta, 4 Maret 2021 – Maret 2021 menandakan satu tahun pandemi melanda Indonesia dan mengawali masa sulit bagi kita semua. Memahami kondisi tersebut, Cadbury ingin mengajak masyarakat Indonesia untuk berhenti sejenak dan saling berbagi apresiasi dengan mengucapkan terima kasih kepada orang-orang terdekat melalui peluncuran kemasan spesial edisi terbatas bertajuk “Terima Kasih”. Lebih menariknya lagi, kemasan spesial ini dilengkapi dengan inspirasi kearifan lokal melalui persembahan ucapan terima kasih dalam Bahasa Indonesia dan 6 bahasa daerah yaitu Jawa, Betawi, Sunda, Manado, Batak dan Bali.

Rachel Angelina selaku Head of Chocolate Mondelez Indonesia menjelaskan, peluncuran kemasan spesial ini merupakan wujud nyata dari komitmen Cadbury untuk menginspirasi kebaikan dari setiap orang. “Cadbury menyadari bahwa setiap orang menjalani perjuangan tersendiri di tengah pandemi COVID-19. Tapi ada banyak hal baik yang dapat kita lakukan dimulai dari hal kecil, contohnya melalui pemberian Cadbury Dairy Milk kemasan spesial “Terima Kasih” dari hati kepada orang-orang terdekat yang telah membantu menguatkan kita dalam menghadapi masa sulit,” jelas **Rachel**.

Ungkapan terima kasih adalah sebuah ungkapan sederhana bermakna besar dan merupakan salah satu bentuk rasa syukur di setiap situasi dan kondisi yang memberikan afirmasi positif baik kepada diri sendiri maupun kepada sesama. Sebuah penelitian berjudul *More gratitude, less materialism: The mediating role of life satisfaction* menunjukkan kepuasan hidup berhubungan dengan rasa syukur, salah satunya melalui ungkapan terima kasih. Rasa terima kasih yang diinduksi secara eksperimental menghasilkan kepuasan yang lebih tinggi dalam kehidupan dan menghasilkan dampak positif terhadap lingkungan sosial.

Cadbury mengajak masyarakat untuk memaknai rasa syukur dan ungkapan terima kasih. “Peluncuran kemasan spesial ini menjadi lebih bermakna karena hadir dengan edisi kearifan lokal yang bertujuan agar ucapan terima kasih dapat menjadi ungkapan yang lebih dekat dan mudah diterima oleh masyarakat Indonesia yang kaya akan ragam budaya,” tambah **Rachel**.

Untuk menginspirasi masyarakat Indonesia agar dapat berpartisipasi dalam kampanye ini, Cadbury kembali bekerja sama dengan **Alfamart** dan **Kitabisa.com** dalam hal pengumpulan donasi berupa bantuan dana pendidikan untuk 100 orang calon perawat di Fakultas Ilmu Keperawatan Universitas Indonesia.

Marisa Thara selaku Head of Brand Partnership Kitabisa.com menjelaskan bahwa kampanye yang dihadirkan Cadbury kali ini menyadarkan kita bahwa hal baik ternyata bisa dilakukan melalui hal yang sederhana. “Kami sangat senang dapat menjadi bagian dalam kampanye Cadbury “Terima Kasih” dan tentunya akan memastikan donasi tersebut sampai kepada 100 calon perawat dalam bentuk bantuan dana pendidikan. Berdasarkan hasil wawancara kami dengan beberapa perawat yang bertugas, dijelaskan bahwa saat ini Indonesia masih kekurangan tenaga kesehatan, khususnya profesi perawat. Melalui donasi



ini, kami berharap bantuan dana pendidikan tersebut dapat melahirkan calon perawat sebagai generasi penerus dari para tenaga kesehatan yang saat ini sedang berjuang melawan COVID-19,” jelas **Marisa**.

Senada dengan pernyataan dari Kitabisa.com, **Solihin selaku Corporate Affairs Director Alfamart** mengungkapkan bahwa Alfamart mengajak konsumen setia untuk berbagi kebaikan. “Kami telah beberapa kali mendapatkan kesempatan untuk berkolaborasi dengan Cadbury dalam hal donasi. Kali ini kami ingin mengajak para konsumen setia Alfamart untuk membeli Cadbury Dairy Milk di gerai Alfamart mana saja, sehingga dapat turut berpartisipasi untuk memberikan donasi kepada para calon perawat. Dengan berkolaborasi bersama Cadbury dalam kampanye “Terima Kasih”, tentunya kami merasa senang dan akan memberikan dukungan penuh,” jelas **Solihin**

“Semangat kebaikan Cadbury Dairy Milk diawali sejak tahun 1905, saat sang *founder*, John Cadbury mencampurkan satu setengah gelas susu, alih-alih satu gelas sesuai resep, dalam setiap batang coklat; menghasilkan kelezatan klasik dan lembut yang disukai orang-orang hingga kini. Filosofi satu setengah gelas tersebut kemudian dituangkan dalam logo Cadbury sebagai simbol nilai kebaikan dan kemurahan hati dari brand Cadbury Dairy Milk. Sejalan dengan tujuan brand Cadbury, melalui kampanye Cadbury “Terima Kasih” kami ingin mengajak masyarakat Indonesia untuk membeli Cadbury Dairy Milk di gerai Alfamart terdekat sehingga dapat ikut berpartisipasi untuk melahirkan 100 calon perawat sebagai bentuk kepedulian kepada para tenaga kesehatan di Indonesia,” tutup **Rachel**.

Tentang Mondelēz Indonesia

Mondelēz Indonesia adalah bagian dari Mondelēz International, Inc. (NASDAQ: MDLZ); pemimpin global di kategori coklat, biskuit, permen dan minuman bubuk. Memiliki berbagai merek yang sudah menjadi ikon global seperti Oreo, keju Kraft, Cadbury Dairy Milk, dan Toblerone; serta Biskuit sebagai merek unggulan lokal, Mondelēz Internasional telah menjadi bagian tak terpisahkan dari masyarakat Indonesia. Melalui tujuan perusahaan yakni “Snacking Made Right”, Mondelēz International berkomitmen untuk menginspirasi masyarakat untuk dapat memiliki kebiasaan mengemil secara lebih bijak, melalui camilan yang tepat, di waktu yang tepat, serta mengonsumsi camilan yang dibuat dengan cara yang tepat pula. Sejak tahun 2013, Mondelez International memulai program Cocoa Life di Indonesia untuk membangun pasokan berkelanjutan dan mengembangkan komunitas kakao di Indonesia. Website: www.mondelezinternational.com
Facebook: www.facebook.com/mondelezinternational Twitter: www.twitter.com/MDLZ

Tentang Cadbury

Cadbury telah menciptakan kebahagiaan sejak tahun 1824 dan telah menghadirkan Cadbury Dairy Milk di Indonesia dengan berbagai varian seperti Milk Chocolate, Cashew Nut, Fruit and Nut, Black Forest, dan Cadbury Dairy Milk Oreo.

Untuk Informasi lebih lanjut silahkan menghubungi :

Khrisma Fitriyani

Head of Corporate Communication
& Government Affairs
Mondelēz Indonesia
Mobile +62 813 1020 0647
Email : Khrisma.Fitriyani@mdlz.com

Amanda DR

Senior Consultant

Logic! Public Relations
Mobile +62 878 8891 1985
Email : amanda@logicpr.id