

**SIARAN PERS
UNTUK DISIARKAN SEGERA**

Hadirkan Inspirasi Ungkapan Cinta di Sosial Media, Cadbury Berhasil Pecahkan Rekor MURI

Komitmen berkelanjutan Cadbury dalam menginspirasi setiap orang untuk berbagi kebaikan dan memaknai pemberian dari hati melalui pemecahan rekor MURI dan peluncuran e-book hasil kolaborasi dengan NKCTHI

Jakarta, 8 Februari 2021 – Cadbury memantapkan komitmennya dalam menginspirasi masyarakat Indonesia untuk berbagi kebaikan dan memaknai pemberian dari hati dengan memecahkan rekor Museum Rekor Indonesia (MURI) untuk kategori **Kampanye Ungkapan Hati melalui Sosial Media dengan Peserta Terbanyak** dan meluncurkan *e-book* hasil kolaborasi Cadbury dan NKCTHI yang berisi 30 ungkapan hati terbaik kiriman masyarakat. Serangkaian kegiatan ini merupakan lanjutan dari kampanye “Ungkapan Hati” dengan tujuan agar setiap orang bisa mengungkapkan kata-kata cinta yang tidak terucapkan kepada orang yang disayangi.

Rachel Angelina selaku Head of Chocolate Mondelez Indonesia menjelaskan, kampanye bertajuk “Ungkapan Hati” ini telah berjalan sejak 11 Januari hingga 4 Februari 2021, dengan cara mengajak setiap orang untuk mengungkapkan kata-kata cintanya melalui berbagai ragam cara yang bisa dilihat di Instagram @cadburyid dan @nkcthi. “Sejauh ini sudah terkumpul sejumlah lebih dari 100 ribu ungkapan hati dari masyarakat seluruh Indonesia. Dengan diumumkankannya hasil pemecahan rekor MURI dan diluncurkannya *e-book* hasil kolaborasi Cadbury dan NKCTHI yang berisi 30 ungkapan hati terbaik ini, Cadbury berharap meningkatnya antusiasme masyarakat dalam mengekspresikan rasa cintanya terhadap orang yang disayangi sekaligus menginspirasi untuk berbagi kebaikan dan memaknai pemberian dari hati,” jelas **Rachel**.

Museum Rekor Indonesia (MURI) yang kali ini diwakilkan oleh Awan Rahargo selaku Senior Manager MURI turut menyampaikan apresiasinya atas keberhasilan Cadbury dalam pemecahan rekor MURI pada kampanye “Ungkapan Hati” kali ini. “Hari ini kita menyaksikan bersama bahwa Cadbury bersama NKCTHI dan seluruh masyarakat Indonesia telah berhasil mewarnai media sosial dengan beragam ungkapan bernada positif dan penuh cinta. Semoga hal ini bisa menginspirasi banyak pihak lainnya agar menjadikan media sosial sebagai wadah berbagi kebaikan,” jelas **Awan**.

Senada dengan perwakilan dari MURI, **Marchella FP selaku penulis buku NKCTHI (Nanti Kita Cerita Tentang Hari Ini)** juga menyampaikan dukungan dan rasa haru atas terlaksananya kampanye ini. “Saya berharap agar energi baik yang tersampaikan dalam kampanye kali ini bisa menjadi inspirasi bagi banyak orang untuk mengungkapkan perasaan dan membuat perubahan kecil yang nantinya bisa berdampak besar,” jelas **Marchella**.

Nantinya *e-book* hasil kolaborasi Cadbury dan NKCTHI yang berisi 30 ungkapan hati terbaik ini akan dapat diunduh secara gratis dengan cara masuk ke www.ungkapanhaticadbury.com mulai hari ini. “Selama

proses penulisan *e-book* kali ini banyak hal menarik dan unik yang saya rasakan, salah satunya yaitu bisa melihat banyak perspektif dari teman-teman yang ternyata telah lama menyimpan rasa dan kemudian dapat mengekspresikan rasa tersebut,” jelas **Marchella**.

Hadirnya kampanye ini sesuai dengan konsistensi tujuan dari brand Cadbury yaitu senantiasa menginspirasi kebaikan kecil dari setiap orang. “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,” tutup **Rachel**.

Tentang Mondelez Indonesia

Mondelez Indonesia adalah bagian dari Mondelez 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, Mondelez International telah menjadi bagian tak terpisahkan dari masyarakat Indonesia. Melalui tujuan perusahaan yakni “Snacking Made Right”, Mondelez International berkomitmen untuk menginspirasi masyarakat untuk dapat memiliki kebiasaan mengemil secara lebih bijak, melalui camilan yang tepat, di waktu yang tepat, serta mengkonsumsi 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

Untuk Informasi lebih lanjut silahkan menghubungi

Khrisma Fitriasaki

Head of Corporate Communication
& Government Affairs

Mondelez Indonesia

Mobile +62 813 1020 0647

Email Khrisma.Fitriasaki@mdlz.com

Nur Arif Fadillah

Senior Consultant

Logic! Public Relations

Mobile +62852 8779 3238

Email arif@logicpr.id