

DANONE INDONESIA DUKUNG TERCIPTANYA COLLABORATIVE JOURNALISM DALAM LOCAL MEDIA SUMMIT 2022



Jakarta, 31 Oktober 2022 – Seiring dengan perkembangan pengguna media sosial, sehingga kemajuan masyarakat dalam mengakses informasi terus meningkat. Media sebagai salah satu pihak yang berperan dalam diseminasi informasi dan edukasi masyarakat harus dapat menyesuaikan dengan kebutuhan masyarakat tersebut, termasuk dalam hal perkembangan dalam aspek digitalisasi. Sebagai bentuk dukungan Danone Indonesia dalam pemberdayaan media lokal, Danone Indonesia turut berkontribusi dalam Local Media Summit 2022 yang merupakan pertemuan para pengelola media lokal pertama dan terbesar di Indonesia.

Danone Indonesia turut menjadi pembicara dalam *Sharing Ideas Session* yang merupakan salah satu rangkaian dari Local Media Summit 2022 bersama Sunarti Sain selaku Pemimpin Redaksi Radar Selatan dan Supto Anggoro selaku perwakilan Dewan Pers pada Jumat (28/10) di Perpustakaan Nasional, Jakarta Pusat.



Sapto Anggoro - Perwakilan Dewan Pers menjelaskan, “Saat ini kita bisa melihat bahwa banyak gap dari sisi usia, gaya hidup, budaya, pengetahuan dan penyerapan sebuah informasi. Cara masyarakat untuk mendapatkan dan mengkonsumsi informasi saat ini, tidaklah memandang lokasi asal dari informasi tersebut berada baik itu lokal/nasional. Karena masyarakat tidak tahu lokasi pembuatannya, dan mereka dapat mengakses dimana pun berada. Untuk itu, utamanya sebuah media saat ini harus memiliki konten yang berumur panjang dan harus bertransformasi ke model bisnis online yang berbasis teknologi.”

Perubahan akan model bisnis media saat ini juga terjadi. Seperti yang dijelaskan oleh **Yuswohady – Managing Partner Inventure** menambahkan “Awalnya media di Indonesia hadir dalam bentuk vertical. Saat ini produksi konten juga bisa dilakukan oleh semua orang, semakin murah, dapat dilakukan dimana saja dan masyarakat mengalami *overloaded information* karena kita ingin menangkap semua informasi akibat hadirnya media sosial. Untuk itu perubahan generasi harus diimbangi oleh digitalisasi.”

Melihat tantangan yang ada, media lokal memerlukan kesempatan untuk dapat memperkenalkan berbagai produk dan layanannya pada berbagai kalangan yang lebih luas. Untuk memastikan media lokal dapat bertahan dan berkembang di era perkembangan teknologi saat ini, media lokal juga membutuhkan kesempatan untuk dapat berjumpa dengan para pakar dalam memecahkan berbagai masalah dan tantangan yang mereka hadapi dalam pengembangan newsroom dan bisnisnya. Untuk itu diperlukan aspek *collaborative journalism* yang bertujuan untuk melengkapi sumber daya masing-masing organisasi baik dari sisi media maupun organisasi lainnya seperti pemerintah atau sektor swasta, dan memaksimalkan dampak konten yang dihasilkan dan pengembangan bisnis media lokal di Indonesia.

Arif Mujahidin - Corporate Communication Director Danone Indonesia menjelaskan, “Saat ini tidak ada lagi batasan antara media lokal, nasional, maupun global karena semua ini bisa diakses secara online. Yang terpenting dari sebuah media dari kaca mata korporasi adalah media harus memiliki keunikannya masing-masing dan dapat diakses oleh audiens yang besar. Sebagai entitas bisnis, saat ini korporasi tidak hanya memikirkan kepentingan dari sisi bisnis dengan pemegang saham namun juga dengan para pemangku kepentingan seperti regulator, media, konsumen termasuk dengan media. Sejalan dengan visi kami yakni *One Planet One Health*, Danone Indonesia



tentunya membutuhkan peran media dalam aspek edukasi dan komunikasi untuk beberapa area yang menjadi fokus kami seperti hal insiatif keberlanjutan dan korporasi.”

Dalam hal dukungan pengembangan kemampuan jurnalis, Danone Indonesia juga secara aktif memberikan rangkaian kelas edukasi di tahun 2022 ini baik dalam aspek edukasi yang bernama Danone Journalist Skill Up: Kelas Kebal Hoaks bersama Kementerian Komunikasi dan Informatika (KOMINFO) beserta rangkaian kelas akademi untuk media lokal bersama Asosiasi Media Cyber Indonesia (AMSI) yang menghadirkan edukasi seputar kesehatan dan nutrisi bersama para pakar di bidangnya.

Sunarto Sain - Pemimpin Redaksi Radar Selatan menambahkan, ”Dalam menghadapi tantangan saat ini, media perlu melakukan pembenahan internal dengan memastikan kekuatan kerja tim dan didukung jaringan yang luas, kita bisa membuat media lokal yang kecil menjadi media kuat yang besar. Sampai hari ini saya percaya, lokalitas adalah sebuah kekuatan bukan kekurangan jadi kita tidak perlu merasa kurang kalau kita tidak bisa sebanding dengan media yang lainnya. Justru ini sebagai kekuatan kita dimana media nasional tidak bisa seperti kita yang sangat sering menghadapi pasang surut yang berat dan saat ini kita bisa menjadi media yang kuat.”

###

Tentang Danone Indonesia

Danone merupakan salah satu perusahaan makanan dan minuman terbesar di dunia yang memiliki misi memberikan kesehatan kepada sebanyak mungkin orang. Danone beroperasi di 130 negara dengan jumlah karyawan lebih dari 100.000 orang di seluruh dunia. Di Indonesia, Danone terdiri atas dua kategori bisnis yang berfokus pada kesehatan masyarakat di setiap tahapan kehidupan yaitu, Danone *Waters* yang memproduksi Air Minum dalam Kemasan & Minuman non Karbonasi dengan produknya seperti AQUA, Mizone, VIT, VIT Levite dan Danone *Specialized Nutrition* dengan produknya seperti SGM Eksplor, SGM Bunda, Lactamil, Bebelac, Nutrilon Royal, dan nutrisi medis berupa Pangan olahan untuk Kondisi Medis Khusus (PKMK). Grup Danone di Indonesia memiliki 26 pabrik dengan jumlah karyawan lebih dari 15.000 orang, dimana 15%-nya adalah pekerja perempuan.

Untuk informasi lebih lanjut, hubungi:

Indah Tri Novita

External Communications and Corporate Digital Lead Danone Indonesia

Telp: 021.2996.1234



Email: Indah.Novita@danone.com