

Jadi Penutup Rangkaian Kampanye “Better life for all”, LG Distribusikan 3,000 Paket Makanan

JAKARTA, 10 May 2024 — **LG Electronics Indonesia (LG)** kembali melakukan aksi sosial. Berupa distribusi **3,000 paket makanan** menjangkau anak dan keluarga tak mampu, kegiatan ini menjadi bagian dari rangkaian sekaligus penutup kampanye besar LG di tahun ini “**Better life for all**”.

“Kegiatan sosial ini kami lakukan sesuai dengan semangat kampanye besar yang juga merepresentasikan janji merek kami. Life’s Good, yang berupa memberikan kehidupan lebih baik melalui kehadiran kami,” ujar **Lee Taejin, President of LG Electronics Indonesia**.

Menjadi tajuk kampanye besar LG tahun ini, “**Better life for all**” didesain sebagai wujud nyata inisiatif sosial perusahaan untuk berkontribusi dalam terciptanya budaya pangan berkelanjutan. Menyasar khususnya pada generasi muda, kampanye ini sekaligus berupaya membangun kesadaran terkait tingginya **food waste** dan **food insecurity** di Indonesia dan juga dunia.

Sebagai salah satu rangkaian kampanye ini, bulan lalu, LG mengadakan festival sepanjang dua hari bertajuk “**Better Life Festival**”. Dengan dukungan **Badan Pangan Nasional (Bapanas)**, **Universitas Prasetiya Mulya** serta **FoodCycle Indonesia**, program ini mengupayakan keberlanjutan dalam meningkatkan kesadaran masyarakat tentang dampak buruk pemborosan makanan. Di samping pula menyerukan pengelolaan sisa pangan lebih bijaksana.

Lebih lanjut terkait distribusi makanan yang dilakukan LG, terdiri dari **1,500 paket bagian sembilan bahan pokok (sembako)** bagi keluarga yang membutuhkan serta **1,500 makanan sehat** bagi anak. Makanan sehat ini merupakan hasil kreasi **Better Life Recipe** karya **Chef Devina Hermawan** yang turut ambil bagian dalam **Better Life Festival** sebelumnya.

Tak hanya itu, dalam kegiatan ini LG juga mendistribusikan beberapa makanan kaleng, minyak, biskuit serta beberapa makanan segar yang dikumpulkan sebagai donasi dari pengunjung **Better Life Festival**. “Hal inilah yang bagi kami menjadi nilai lebih aksi sosial ini. Menciptakan

kesadaran dengan turut mengajak masyarakat untuk terlibat dalam aksi donasi makanan sehat ini,” ujar **Lee Taejin** lagi.

Seluruh bantuan disalurkan pada enam titik di Daerah Khusus Jakarta, Kota Bekasi, dan Kota Tangerang Selatan. Keenam titik tersebut adalah Balarenik Bintara Foundation, Al Islah Menteng Foundation, Wonderfood Indonesia Pondok Domba Kalijodo, Yayasan Kasih Anak Kanker Indonesia, Garuda Lions, dan Baitul Amanah Al Qasimiyah.

Terlibat dalam acara distribusi makanan ini yaitu mahasiswa dan mahasiswi dari **Universitas Prasetiya Mulya**. Keseluruhannya bertugas menyiapkan paket makanan, sekaligus menjadi relawan pendistribusian yang turut memastikan pencapaian nol sampah pangan.

Herman Andryanto selaku **Co-Founder FoodCycle Indonesia** menambahkan, “Berkolaborasi dengan LG sejak awal serta penyelenggaraan kampanye ‘Better life for all’, FoodCycle Indonesia sangat mendukung distribusi paket bantuan makanan berkualitas ini.” Dikatakannya pula, “selain membantu memutus siklus kelaparan di kalangan masyarakat kurang mampu, kolaborasi ini juga berperan penting dalam memperkuat pembangunan sistem pangan berkelanjutan di tengah masyarakat Indonesia.”

Menyertai kegiatan utamanya berupa distribusi makanan, LG juga mengadakan aktivitas menarik bagi anak-anak yang menerima makanan sehat yaitu kegiatan mewarnai tas daur ulang untuk dibawa pulang. Selain menjadi sebuah hal menarik, kegiatan ini juga diharapkan menjadi pengenalan perdana anak pada gaya hidup berkelanjutan melalui penggunaan bahan daur ulang.

Kegiatan distribusi makanan sebenarnya pun bukan kali pertama digelar LG. Bahkan pada tahun-tahun sebelumnya, LG mengadakan aksi peduli serupa di tengah momen Lebaran di bawah salah satu pilar kepedulian sosial perusahaan yaitu **LG Loves and Cares**.

Pilar ini merupakan bagian perwujudan *corporate social responsibility* perusahaan yaitu **LG Loves Indonesia**. Selain **LG Loves and Cares**, terdapat tiga pilar lainnya. Ketiganya yaitu **LG Loves Green** yang lebih berfokus pada dukungan bagi penciptaan lingkungan hidup yang

berkelanjutan, **LG Loves School** yang memusatkan aktivitasnya untuk mendukung pendidikan serta **LG Loves Children** yang dirancang untuk menitikberatkan perhatian pada perkembangan anak-anak Indonesia. “Keseluruhannya menjadi wujud nyata kontribusi LG sebagai bagian dari komunitas besar Indonesia. Tak hanya bisnis, namun pula mengembangkan kehidupan masyarakat,” pungkas **Lee Taejin**.

###

About LG Electronics, Inc.

LG Electronics is a global innovator in technology and consumer electronics with a presence in almost every country and an international workforce of more than 74,000. LG's four companies – Home Appliance & Air Solution, Home Entertainment, Vehicle component Solutions and Business Solutions – combined for global revenue of over KRW 84 trillion in 2023. LG is a leading manufacturer of consumer and commercial products ranging from TVs, home appliances, air solutions, monitors, automotive components and solutions, and its premium LG SIGNATURE and intelligent LG ThinQ brands are familiar names world over. Visit www.LGnewsroom.com for the latest news.

Media Contacts:

LG Electronics Indonesia
Dhita Ayuningtyas
+62 8170 0708 599
Dhita.ayuningtyas@lge.com
www.LGEINewscenter.com
www.LGNewsroom.com