

Perkuat Pesan Perusahaan Bagi Karyawannya, LG Gelar Life's Good Day Campaign di Indonesia

JAKARTA, 2 Des. 2023 — **PT. LG Electronics Indonesia (LG)** menggelar kampanye bertajuk **LG Life's Good Day**. Yang menjadikannya unik, kampanye ini bukan ditujukan bagi publik, namun justru kepada karyawannya. Beresonansi dengan pesan yang dibawa perusahaan bagi publik, kampanye ini bertujuan menginspirasi karyawan untuk menjalani hidup dengan sikap optimis.

"Dengan karyawan menduduki posisi yang sama pentingnya dengan konsumen, menjadi hal krusial bagi kami untuk memastikan karyawan yang membangun merek LG selama ini dapat benar-benar merasakan dan mengalami langsung arah baru perusahaan dengan tujuan utamanya membuat hidup lebih baik bagi semua orang," ujar **Lee Taejin, President of LG Electronics Indonesia for Sales and Marketing**. Lebih lanjut dikatakannya, kampanye bagi karyawan ini dibuat sekaligus sebagai penghargaan bagi karyawan yang menjadi bagian peringatan **33 tahun** beroperasinya LG di Indonesia.

Kampanye **LG Life's Good Day** bagi karyawan ini dihelat dalam bentuk *family gathering*. Lebih dari 6,000 orang yang terdiri dari karyawan dan keluarga bergabung dalam acara sebuah wisata khusus. Berbagai kegiatan di dalamnya diatur sebagai sarana penyampaian pesan inspiratif yang sejalan dengan arah baru perusahaan, selain pula menjadi upaya peningkatan komunikasi antar manajemen dengan karyawan.

"Jalinan kedekatan ini menjadi modal besar kami untuk mendistribusikan dan menumbuhkan semangat yang sama bagi perkembangan yang berkelanjutan dari perusahaan dalam mengukuhkan posisinya sebagai penyedia utama perangkat elektronik yang mengerti benar kebutuhan masyarakat sesuai gaya hidup modern," ujar **Jung Jaehoon, President of LG Electronics Indonesia for Tangerang Factory**. Apalagi, menurutnya, hal ini terkait semakin membesarnya organisasi LG di Indonesia yang hingga saat ini tercatat memiliki **lebih dari 3,000 karyawan** yang tersebar dalam berbagai pusat operasionalnya di Indonesia.

Pusat operasional LG ini termasuk bagian penjualan dan pemasaran yang mengampu tugas kegiatan penjualan serta pemasaran berbagai produk LG.

Disamping kantor pusatnya yang berada di Jakarta, LG tercatat memiliki **21 kantor perwakilan** di berbagai daerah di Indonesia. Bagi dukungan layanan pengguna, LG membangun pusat pelayanan purna jual (*service center*). Bertanggung jawab memastikan para pengguna LG mendapatkan layanan purna jual yang cepat dan tanggap, LG memiliki **193 layanan purna jual** yang pula tersebar di berbagai area.

Sementara bagi suplai produk, LG memiliki dua pusat produksi yang tak hanya untuk mencukupi kebutuhan domestik, namun juga ekspor untuk negara-negara di kawasan **Asia, Eropa, Australia** hingga **Amerika**. "Sejak awal LG beroperasi di Indonesia, melakukan investasi lokal dan terus mengembangkannya seiring dengan pengembangan perusahaan menjadi bagian dari visi kami," ujar **Jung Jaehoon**. Tentang perkembangan perusahaan ini, menurutnya lagi, salahsatunya juga terkait penyediaan produk yang tak hanya bagi kebutuhan dalam negeri, namun juga untuk tujuan ekspor. Bahkan kini tercatat, akumulasi ekspor dari fasilitas produksi LG di Indonesia jumlahnya mencapai 80% sepanjang 10 tahun terakhir. "Ini sebagai wujud komitmen kami untuk beriring sejalan antara perkembangan perusahaan dengan kontribusi kami pada peningkatan ekonomi Indonesia," ujar **Jung Jaehoon**.

Pabrik LG yang berlokasi di Cibitung, Bekasi, menjadi basis produksi untuk produk LG TV, Monitor dan Produk Signage Digital. Sedangkan untuk pabrik LG yang terletak di Legok, Tangerang, bertanggung jawab untuk produksi produk kulkas, mesin cuci dan pendingin udara (Air Conditioner - AC). "Tak hanya memperluas ragam produk yang diproduksi, namun pula kami barengi dengan upaya untuk memperbesar tingkat kandungan dalam negeri. Ini menjadi komitmen kami untuk terus mendukung kebijakan pemerintah Indonesia termasuk TKDN," ujar **Park Kunjik, President of LG Electronics Indonesia for Cibitung Factory**.

Pada pertengahan tahun ini, LG bahkan meresmikan beroperasinya pusat penelitian dan pengembangannya (**R&D**) di Indonesia. Pembangunannya menjadi tempat bagi pengujian berbagai inovasi terbaru LG sebagai bagian pengembangan TV untuk pasar global.

"Organisasi yang berkembang dengan spesialisasi semakin lengkap terkait fungsi-fungsi di dalamnya untuk mendukung kebutuhan pasar domestik dan global ini,

di satu sisi menjadi ungkapan apresiasi kami bagi kepercayaan masyarakat Indonesia pada LG lintas generasi," ujar **Park Kunjik**. Di sisi lain, katanya pula, merepresentasikan keseriusan LG untuk terus berkembang menjadi bagian solusi keseharian masyarakat Indonesia.

LG Life's Good Day sebagai nama kampanye ini yang diambil dari slogan merek LG sendiri, mencakup pesan tentang bagaimana perusahaan memungkinkan pelanggannya menikmati kehidupan berkualitas dan menikmati momen berharga melalui produk, layanan, dan komunikasi LG. Bersandingan dengannya, sebagai misi merek, perusahaan mengupayakan inovasi untuk kehidupan lebih baik yang juga berkontribusi terhadap pembentukan kehidupan dan masa depan lebih baik bagi planet ini.

"Melalui nilai-nilai yang dibawa ini, kami berharap tak hanya menginspirasi karyawan untuk lebih optimis. Namun lebih dari itu, karyawan juga bakal dapat menyebarkan pengaruh positif dari optimisme ini ke lebih banyak orang dengan memupuk rasa saling mendukung," ujar **Lee Soyeoun, President of LG Electronics Indonesia Research and Development (R&D) Center**. Hal ini, menurutnya, terkait dengan semakin meningkatnya ketidakpastian dan ketidakstabilan di berbagai belahan dunia sebagai akibat perubahan pasca pandemi.

Tak hanya itu, menurutnya pula, LG pun memiliki komitmen terus memperluas semangat Life's Good melalui berbagai inisiatif **Environment Social Governance (ESG)**. Di bawah payung besar **LG Loves Indonesia**, kegiatan disusun untuk memberi dampak positif pada lingkungan, sosial kemasyarakatan dan tata kelola lebih baik.

Termasuk di dalamnya **LG Loves and Cares** yang lebih memfokuskan pada dukungan bagi kesejahteraan masyarakat, **LG Loves School** untuk berbagai kegiatan kepedulian pada pendidikan serta **LG Loves Children** yang fokusnya pada kesejahteraan anak. Sementara bagi upaya penciptaan lingkungan yang berkelanjutan, LG membalutnya dalam satu wadah besar **LG Loves Green**.

Dalam kegiatan yang sama, LG juga menyebarkan nilai-nilai inti LG yaitu pengalaman pelanggan tanpa kompromi, inovasi yang berpusat pada manusia dan kehangatan untuk mendorong senyuman. Melalui penanaman nilai-nilai ini pada karyawannya, LG bermaksud memperkuat sinergi gerak di dalam organisasinya untuk menjadi merek ikonik yang dicintai lintas generasi yang membawa tampilan lebih dinamis dan berjiwa muda.

“Merupakan harapan kami, kampanye **LG Life’s Good Day** ini menjadi peluang besar bagi karyawan untuk semakin lebih dekat dengan LG sebagai merek dan lebih dapat berintegrasi menyelaraskan gerak dengan cita-cita perusahaan,” ucap **Son Changdae, President of LG Electronics Service Indonesia**. “Sekaligus kami mengajak setiap orang menjadi seorang optimis yang berani terus menghadapi dan mengatasi tantangan untuk memberikan kehidupan lebih baik bagi konsumen,” 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 80 trillion in 2022. LG is a leading manufacturer of consumer and commercial products ranging from TVs, home appliances, air solutions, monitors, service robots, automotive components 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.LGnewsroom.com