

SIARAN PERS

Untuk Disiarkan Segera

**Insto, Produk Tetes Mata dari Combiphar,
Mengadakan Program Buka Mata Nonton Bola
untuk Mengedukasi Pecinta Bola Tentang Mata Kering**

- Fakta mengungkapkan, masyarakat Indonesia memiliki paparan tertinggi terhadap layar TV & *gadget* 9 jam per hari, jumlah waktu ini bertambah hingga 2 jam dengan adanya FIFA World Cup™
- Insto Gelar acara Insto Buka Mata Nonton Bola
- 3.000 masyarakat Yogyakarta menyaksikan malam final FIFA World Cup™

Yogyakarta, 15 Juli 2018 – Insto *brand* tetes mata keluaran Combiphar -- perusahaan lokal *consumer healthcare* terdepan di Indonesia hari ini menggelar acara nonton bersama malam final FIFA World Cup™ 2018 untuk ±3.000 pencinta bola Yogyakarta. Acara ini merupakan puncak dari program **Insto Buka Mata Nonton Bola** yang telah diselenggarakan di dua kota sebelumnya yaitu Bekasi dan Surabaya.

Animo masyarakat Indonesia terhadap momen besar FIFA World Cup™ dapat terlihat dari tingginya jumlah penonton siaran TV yang menayangkan pertandingan tersebut. Sebagai contoh, laporan Nielsen memaparkan bahwa pada laga Argentina vs Belgia di turnamen FIFA World Cup™ sebelumnya berhasil merebut 39% penonton TV yang aktif di jam tayang tersebut. Jumlah yang cukup tinggi mengingat jadwal pertandingan disiarkan pukul 02.00 dini hari¹. Padahal menonton TV dalam waktu yang cukup lama dapat menyebabkan gejala kekeringan pada mata. Dalam program Buka Mata Nonton Bola ini, Insto mengedukasi para pecinta bola bahwa aktifitas menonton TV dapat menyebabkan gejala mata kering, untuk itu Insto hadir dengan salah satu produk unggulannya yaitu Insto Dry Eyes yang dapat mengatasi gejala kekeringan pada mata.

FIFA World Cup™ 2018 ini merupakan *big momentum* untuk meluncurkan Insto Buka Mata Nonton Bola karena pertandingan ini mengundang perhatian banyak orang, tidak hanya di Indonesia namun di berbagai negara. Tak jarang para pecinta bola mengorbankan jam tidur demi mendukung tim favorit mereka dalam pertandingan kelas dunia tersebut. Kurangnya jam istirahat karena menyaksikan pertandingan FIFA World Cup™ 2018 tak hanya menyebabkan rasa kantuk di esok hari namun juga dapat membuat mata kering karena terpapar layar TV atau *gadget* lebih lama dari biasanya. Kurangnya jam tidur malam juga bisa mengakibatkan kekeringan pada mata karena air mata tidak cukup untuk melumasi mata.

“Sebagai perusahaan *consumer healthcare* terkemuka, Combiphar senantiasa ingin mendorong kesadaran masyarakat untuk menjalani gaya hidup lebih sehat melalui upaya preventif. Hal ini sejalan dengan komitmen perusahaan ‘*Championing a Healthy Tomorrow*’. Melalui program **Insto Buka Mata**

¹ <http://www.nielsen.com/id/en/press-room/2018/Pertumbuhan-Belanja-Iklan-2017-Bergerak-Positif-Namun-Melambat.html>

Nonton Bola perusahaan secara aktif mengedukasi masyarakat akan pentingnya menjaga kesehatan mata. Combiphar memahami bahwa penggunaan TV & *gadget* di era digital seperti sekarang sulit dihindari karena masyarakat menggunakan *smartphone*, laptop, dan televisi tak hanya untuk bekerja atau belajar, tapi juga saat bersantai,” ujar **Weitarsa Hendarto, Vice President Consumer Healthcare & Wellness and International Operations Combiphar**.

Sebuah penelitian yang dibuat oleh Millward Brown mengungkap fakta, masyarakat Indonesia memiliki paparan tertinggi terhadap layar TV & *gadget* setiap harinya (9 jam per hari)², dan pada momen Piala Dunia, jumlah waktu ini bertambah hingga 2 jam, sehingga dapat meningkatkan potensi gejala mata kering dan dapat mengganggu kenyamanan penglihatan dalam jangka panjang.

Dr. Damara Andalia Sp.M menjelaskan, “Salah satu akibat dari menatap layar TV dan *gadget* terlalu lama adalah gejala mata kering yang terindikasi dari jumlah kedipan mata (*visual attention rate*) berkurang hingga setengahnya. Ditambah lagi, layar TV & *gadget* memancarkan sinar bergelombang tinggi atau dikenal sebagai *blue light* yang dapat mengurangi kualitas penglihatan mata secara jangka panjang”

Sebagai *public figure* dan penggemar sepak bola, **Rizky Alatas** turut berbagi pengalaman menonton FIFA World Cup®, “Bagi saya, tidak ada yang mengalahkan *euphoria* menonton FIFA World Cup™. Saya dan teman-teman beramai-ramai bahkan rela begadang agar bisa menyaksikan setiap babak FIFA World Cup™ dengan mata yang segar. Biasanya karena kurang tidur dan terlalu lama nonton, mata saya cenderung terasa sepet, perih, dan berpasir, penglihatan saya pun terganggu. Ternyata saya baru menyadari bahwa ketidaknyamanan tersebut merupakan gejala kekeringan pada mata. Saya mengapresiasi program edukasi Insto Buka Mata Nonton Bola, karena banyak pecinta bola yang belum menyadari bahwa mereka mengalami gejala mata kering, dan Insto Dry Eyes hadir sebagai solusi”

Dr. Damara memberikan tips agar menyaksikan malam final FIFA World Cup™ lebih nyaman;

1. 20 menit sekali istirahatkan mata selama 20 detik dengan fokus penglihatan pada sebuah objek berjarak 20 kaki.
2. Teteskan obat tetes mata yang berfungsi untuk mengatasi kekeringan pada mata ketika mata mulai mengalami gejala mata kering
3. Rajin minum air putih agar tubuh juga tetap terhidrasi dari dalam, mengingat suasana ‘panas’ pertandingan final pasti membuat kita berkeringat

“Untuk mengatasi gejala mata kering, Insto Dry Eyes, yang berbahan aktif *hypromellose* 3 mg mampu mengembalikan kesegaran mata hanya dengan 1 – 2 tetes pada mata yang kering. Selain Insto Dry Eyes, Insto juga memiliki variant Insto Regular yang dapat mengatasi kemerahan dan rasa perih di mata yang disebabkan oleh iritasi ringan karena debu, asap, dan polusi. Kedepannya, Insto akan terus melakukan edukasi kepada para pecinta bola,” tutup **Weitarsa**

#####

² https://millwardbrown.com/adreaction/2014/report/millward-brown_adreaction-2014_global.pdf

Untuk informasi lebih lanjut silakan hubungi:

B. Dewinta Hutagaol

Head of Corporate Communications &
Community Development Combiphar
E-mail: dewinta.hutagaol@combiphar.com

Tentang Combiphar

Combiphar didirikan sejak tahun 1971 sebagai perusahaan farmasi yang berfokus pada empat sektor bisnis yang terdiri dari Combi Consumer, Combi Health, Combi Nutrition dan Combi Bio. Kini, Combiphar bertransformasi menjadi perusahaan lokal *consumer healthcare* terdepan yang bertumbuh pesat dengan memproduksi dan memasarkan 165 produk berkualitas dan terjangkau diantaranya OBH Combi (obat batuk sirup), Joint Fit (gel pereda nyeri sendi), Prive Uricran (suplemen untuk infeksi kantung kemih), INSTO (obat tetes mata), Apta+ (susu nutrisi untuk dewasa) dan Hezandra (suplemen untuk menjaga fungsi hati).

Dengan fasilitas produksi berteknologi mutakhir serta prosedur operasi berstandar modern, pabrik Combiphar yang berlokasi di Padalarang, Jawa Barat, berhasil memperoleh sertifikasi internasional antara lain ISO 14001:2004 untuk pengelolaan lingkungan serta Therapeutic Goods Administration (TGA) dari Australia. Selain memiliki pabrik di Padalarang, aktifitas produksi Combiphar juga didukung oleh pabrik di Depok dan Kawasan Jababeka. Pada awal 2017 Combiphar juga memperluas bisnisnya ke pasar internasional melalui produk tetes mata unggulannya, EyeMo di kawasan Asia Tenggara diantaranya Singapura, Malaysia dan Filipina.

Untuk informasi lebih lanjut, silakan kunjungi website www.combiphar.com serta akun media sosial Combiphar seperti Instagram, Facebook dan YouTube.

Tentang insto

Insto merupakan produk tetes mata no.1 di Indonesia dari Combiphar dan merupakan merek dagang dari PT Pharma Health Care. Insto adalah market leader untuk kategori tetes mata dengan 49% market share dan memiliki 2 variant, yaitu Insto Regular yang mengatasi kemerahan dan rasa perih di mata yang disebabkan oleh iritasi ringan karena debu, asap, angin dan setelah berenang dan variant Insto Dry Eyes untuk memberikan efek pelumas seperti air mata, mengatasi gejala kekeringan pada mata, meringankan iritasi mata yang disebabkan oleh kekurangan produksi air mata. Berbagai apresiasi dari masyarakat sudah diraih Insto, diantaranya Super Brand Award 2017, Indonesia Popular Digital Brand Award 2017, Top Brand Award 2017, Social Media Award 2017, WOW Brand Award 2018. Pada tahun 2017, untuk pertama kalinya Insto mendapatkan penghargaan berskala internasional sebagai 1st rank Digital Marketing Campaign dari Nicholas Hall Asia Pacific OTC Marketing Award.

Tentang Insto Buka Mata Nonton Bola

Buka Mata Nonton Bola merupakan kampanye yang dilakukan Insto sebagai merk tetes mata no.1 di Indonesia untuk mengedukasi para pecinta bola bahwa menonton TV atau gadget dalam waktu yang cukup lama dapat menyebabkan mata kering, Insto dengan salah satu produk unggulannya yaitu Insto Dry Eyes hadir sebagai solusi untuk mengatasi iritasi mata kering.