

NO. SOALAN : 38

**PEMBERITAHUAN PERTANYAAN DEWAN RAKYAT**

**PERTANYAAN : LISAN**

**DARIPADA : YB. DATO' IR. NAWAWI BIN AHMAD  
[ LANGKAWI ]**

**TARIKH : 27 NOVEMBER 2017**

**SOALAN :**

**YB. Dato' Ir. Nawawi Bin Ahmad [ Langkawi ]** minta **MENTERI PELANCONGAN DAN KEBUDAYAAN** menyatakan apakah inisiatif pihak Kementerian dalam mempromosikan lagi Langkawi di mata dunia pada masa akan datang bagi menambahkan lebih banyak lagi bilangan pelancong dari luar negara.

87

**JAWAPAN :**     **DATO' SERI MOHAMED NAZRI BIN ABDUL AZIZ,**  
**MENTERI PELANCONGAN DAN KEBUDAYAAN**

Tuan Yang di-Pertua,

Kementerian Pelancongan dan Kebudayaan melalui agensinya Tourism Malaysia sentiasa mempromosikan destinasi-destinasi pelancongan menarik di seluruh negara kepada para pelancong baik dari dalam ataupun luar negara termasuklah Langkawi. Di antara usaha-usaha yang telah dan akan diadakan adalah seperti berikut;

1. Tourism Malaysia melalui *National Geographic Channel* telah mengadakan penggambaran iklan pada 8-9 September 2017 di Pulau Langkawi. Program iklan yang dihoskan oleh Nick Baker (*UK Naturalist*) bertujuan untuk mempromosi serta memaparkan keindahan ekopelancongan Pulau Langkawi kepada para pelancong asing terutamanya dari pasaran Asia Tenggara, Australia, India, Jepun dan New Zealand menerusi saluran TV berkenaan.
2. Di samping itu, promosi Pulau Langkawi ditingkatkan lagi melalui usaha Tourism Malaysia dengan penerbitan dua (2) episod program TV bertajuk '*You, Me and Malaysia*'. Program TV berdurasi selama 30 minit ini memaparkan tempat-tempat tarikan pelancongan di Pulau Langkawi. Program TV ini dihoskan oleh Diana Danielle yang akan disiarkan di dalam *Discovery Channel* yang mensasarkan para pelancong dari negara-negara Asia Barat, Asia Tenggara, Eropah, Australia, China, India, Jepun, Korea, Hong Kong, New Zealand dan Taiwan. Penggambaran program TV ini telah dirakamkan di Pulau Langkawi pada 11 – 24 Oktober 2017.

3. Tourism Malaysia juga telah membawa masuk penerbangan sewa khas (*Charter Flight*) melalui kerjasama dengan para pengusaha pelancongan dan beberapa syarikat penerbangan. Pendekatan ini bertujuan menyediakan "*connectivity*" dari bandar-bandar "*2nd and 3rd tier*" China yang tidak mempunyai penerbangan berjadual (*scheduled flights*) ke Malaysia terus ke Pulau Langkawi.
4. Pengenalan kepada Program Duta Pelancongan yang melibatkan penggunaan perkhidmatan individu-individu Malaysia yang berpengaruh dan terkenal dalam pelbagai bidang sama ada di dalam atau luar negara bagi mempromosikan produk-produk pelancongan negara dan segmen-segmen tertentu di kalangan sahabat handai, peminat dan rangkaian kenalan selebriti terbabit.
5. Bagi mempromosikan Langkawi kepada pelancong-pelancong dari Selatan Thailand pula, Tourism Malaysia telah melancarkan pakej "*Southern Thailand Packages To Malaysia*" pada 13 Oktober 2017 yang memberikan alternatif kepada pelancong untuk menggunakan pengangkutan keretapi (dari Hatyai), feri (dari Satun dan Kok Lipe) dan bas ke Langkawi dengan penawaran harga yang berpatutan.
6. Tourism Malaysia juga mengadakan kerjasama pintar (*smart-partnership*) dengan syarikat penerbangan seperti Air Asia, China Airlines, Etihad Airways, Lion Air, Singapore Airlines, Sriwijaya Air dan beberapa lagi syarikat penerbangan yang lain bagi dalam usaha untuk meningkatkan jaringan dan capaian serta menambah kapasiti penumpang ke Malaysia.

- 89.
7. Melalui inisiatif yang lain, Pakej Perkahwinan (*Wedding Package*) telah dipromosikan khas untuk pasaran India dan produk pelayaran (*Cruise*) telah dipertingkatkan ke Langkawi bagi menarik lebih ramai pengunjung.
  
  8. Tourism Malaysia juga memperkasakan aktiviti promosi melalui platform digital secara berterusan dalam memasarkan Malaysia termasuk Langkawi. Antara saluran-saluran yang digunakan adalah seperti berikut:
    - a. Laman Web Rasmi – [www.malaysia.travel](http://www.malaysia.travel);
    - b. Laman Media Sosial Rasmi; dan
    - c. Saluran Online TV - TrulyAsia.tv yang memaparkan “*On Demand Videos*” secara *online* untuk menembusi pasaran yang sukar ditembusi melalui pengiklanan konvensional (*billboard/print ad*) seperti di Amerika Selatan, dan
  
  9. Tourism Malaysia juga telah membangunkan e-brosur (*paperless*) mengenai Langkawi yang boleh diakses di seluruh dunia secara digital.

Sekian, terima kasih.