

**PEMBERITAHUAN PERTANYAAN DEWAN RAKYAT
MESYUARAT KEDUA, PENGGAL KEDUA,
PARLIMEN KEEMPAT BELAS (2019)**

PERTANYAAN : LISAN

**DARIPADA : YB DATO' HAJI JALALUDDIN BIN HAJI
ALIAS [JELEBU]**

TARIKH : 11 JULAI 2019

SOALAN :

Minta **MENTERI PELANCONGAN, SENI DAN BUDAYA** menyatakan apakah status terkini persediaan pihak Kementerian bagi menghadapi Tahun Melawat Malaysia 2020, dan berapakah anggaran hasil yang akan diperoleh negara melalui sektor pelancongan pada tahun 2020.

JAWAPAN :

Tuan Yang di-Pertua.

Izinkan saya menjawab soalan ini bersekali dengan pertanyaan lisan nombor 24 yang telah dibangkitkan oleh Yang Berhormat Bintulu pada hari ini serta pertanyaan Yang Berhormat Rembau dan Yang Berhormat Mersing pada 17 Julai 2019 yang menyentuh isu yang sama iaitu berkenaan perancangan dan persediaan sempena Tahun Melawat Malaysia 2020.

Untuk makluman Ahli Yang Berhormat, Kementerian Pelancongan, Seni dan Budaya (MOTAC) melalui Tourism Malaysia telahpun mengadakan perancangan dan pelaksanaan awal mengenai pelan promosi Kempen *Visit Malaysia 2020* sejak dari tahun 2018 bagi memastikan sasaran seramai 30 juta orang pelancong dan RM100 billion jumlah pendapatan yang telah ditetapkan dapat dicapai.

NO. SOALAN: 8

Ketika ini, MOTAC berada di peringkat akhir untuk memuktamadkan logo, lagu rasmi dan video tema bersempena VM2020. Pelancaran logo VM2020 tersebut akan disempurnakan oleh YAB Perdana Menteri pada 22 Julai 2019 di Putrajaya. Selain itu, Kementerian juga sedang membina laman *microsite* VM2020 yang bersifat interaktif, *user friendly* dan dapat digunakan bagi menyampaikan maklumat mengenai Kempen VM2020 secara keseluruhannya.

Tuan Yang di-Pertua,

MOTAC telah mengenalpasti 6 Teras Utama yang dijadikan panduan bagi mengadakan promosi untuk menjayakan pelaksanaan Kempen VM2020 seperti berikut:

1. **Meningkatkan penggunaan teknologi maklumat terkini ke arah *digitalization* sebagai medium promosi/pengiklanan/publisiti melalui program berbentuk taktikal dan juga *thematic*.** Promosi dan pemasaran juga akan dijalankan secara *media hype* dan platform media sosial (*youtubers, Key opinion leaders, bloggers*) dengan membangunkan kandungan kreatif (*creative content*) mengikut kesesuaian sasaran pasaran (*targeted market*) kerana setiap pasaran mempunyai permintaan yang unik dan tersendiri. Penggunaan webinar juga akan diambil kira beserta *online training* kepada agensi-agensi pelancongan. Selain dari itu, penyediaan brosur secara online di samping meningkatkan imej-imej galeri yang berkualiti tinggi akan diambil kira sebagai salah satu cara ke arah *digitalization*. Penggunaan *Augmented Reality* bagi memperkasakan lagi aktiviti promosi Tourism Malaysia akan turut digunakan untuk menarik lebih ramai pelancong ke Malaysia;
2. **Mempergiatkan penyertaan pada acara/program utama di luar negara seperti ITB di Berlin, WTM di London dan program-program di peringkat Domestik seperti MATTA Fair, MITA Fair dan lain-lain.** Kementerian juga akan mengambil peluang melalui penganjuran acara-acara bertaraf antarabangsa seperti *APEC Economic Leaders' Meeting* dan *World Congress on Information Technology* pada tahun 2020;

3. **Mempelbagaikan produk (*product diversification*) melalui kerjasama-pintar (*smart partnership*) dengan rakan kerjasama seperti MAHB, Syarikat Penerbangan Tempatan dan Antarabangsa, Agensi Pelancongan termasuk OTA (*online travel platform*), pihak swasta dan Kerajaan Negeri ke arah usaha meningkatkan ketibaan pelancong asing ke Malaysia dan pergerakan pelancong domestik;**
4. **Memaksimumkan kempen promosi dan pengiklanan bersepadu (*integrated marketing campaigns*) melalui kerjasama dengan MATRADE, MIDA, FAMA, MHTC, MITI, MOE dan lain-lain entiti untuk membawa satu mesej nasional yang bersepadu di dalam program promosi/pengiklanan yang dilaksanakan oleh setiap Kementerian/Agensi;**
5. **Meningkatkan inisiatif baru melalui Program *Joint International Tourism Development Programme* (JITDP) di mana sasaran pasaran utama bagi program ini adalah China, India, Jepun, Korea, Australia, Eropah, Amerika dan pasaran ASEAN. Melalui inisiatif ini, jumlah sumbangan Tourism Malaysia bagi menjalankan setiap program akan berkurangan dari 50% kepada 25% manakala 25% akan dibiayai oleh MAHB. Selebihnya iaitu 50% akan dibiayai oleh rakan-rakan kerjasama yang lain; dan**
6. **Mempromosikan Malaysia sebagai lokasi perfileman bagi pasaran antarabangsa melalui kerjasama dengan FINAS, FDAM, PFM, pihak swasta dan Kerajaan Negeri di dalam usaha menjadikan Malaysia sebagai lokasi pilihan untuk filem, dokumentari, program realiti dan lain-lain.**

Selain usaha-usaha yang telah dijalankan oleh Kementerian ini untuk menjayakan misi nasional Kempen VM2020 di dalam negara, MOTAC juga melaksanakan *Familiarization trip* atau *Famtrip* bersama para media, *bloggers* dan *influencers* antarabangsa serta agensi pelancongan dari luar negara untuk sasaran pasaran

NO. SOALAN: 8

antarabangsa seperti Austria, Jerman, Emiriah Arab Bersatu (UAE), India dan Indonesia. Program ini merupakan kerjasama strategik di antara TM bersama para pengamal media konvensional dan media sosial serta agensi pelancongan bertujuan untuk membangunkan pakej serta mempromosikan destinasi-destinasi pelancongan Malaysia ke seluruh dunia. Antara pakej-pakej pelancongan yang dibangunkan sempena VM2020 bagi mempelbagaikan pakej-pakej sedia ada adalah seperti Pakej *Geopark, Food Trail, Heritage & Mural Art Trail* dan sebagainya.

Tuan Yang di-Pertua,

Bagi menjawab pertanyaan Yang Berhormat Bintulu, beberapa rancangan telahpun diatur bagi memastikan kempen ini dapat berjalan dengan lancar dan sekaligus dapat menggalakkan dan meningkatkan kedatangan pelancong asing ke Malaysia dan sekaligus ke negeri Sarawak. Antara aktiviti yang telah dirancang adalah:

1. Beberapa siri *engagement* bersama pemain-pemain industri dan juga kerajaan negeri sedang giat diatur bagi mewujudkan *smartpartnership* dan sama-sama memperhebatkan kempen VM2020. Ini bagi memastikan setiap negeri dapat mengadakan program-program bersempena VM2020. MOTAC juga memohon setiap kerajaan negeri memaklumkan *signature event* bagi kempen VM2020. Ini bagi memastikan *signature event* dapat dimasukkan di dalam Kalendar acara VM2020;
2. Mengadakan Majlis *Welcome Reception* di pintu-pintu masuk utama negara pada 1 Januari 2020. Majlis ini diadakan bagi menyambut kedatangan pelancong pada hari pertama Kempen VM2020;
3. Selain itu, TM melalui Pejabat Penyelaras TIC di Sarawak akan bekerjasama dengan Tour Operator dan Hotel-Hotel di Sarawak untuk membangunkan pakej-pakej menarik berdasarkan acara-acara yang akan dianjurkan di seluruh negeri Sarawak serta

NO. SOALAN: 8

membangunkan pakej-pakej berdasarkan produk-produk sedia ada di Sarawak;

4. Bersama pihak hotel, TM juga akan bekerjasama di dalam menggalakkan hotel-hotel untuk membangunkan pakej-pakej terutamanya berkaitan dengan program latihan atau kursus-kursus yang menarik. Pakej-pakej ini adalah untuk sasaran kepada pasaran domestik dalam menarik kementerian, agensi kerajaan dan pihak swasta untuk melaksanakan latihan dan kursus kakitangan mereka di Sarawak; dan
5. Pada tahun 2020 pula, Pejabat Penyelaras TIC TM di Sarawak merancang untuk melaksanakan program jualan bagi pakej-pakej yang telah dibentuk sebelumnya di beberapa lokasi di luar Sarawak seperti di Kuala Lumpur, Johor Bahru dan Pontianak, Indonesia.

Tuan Yang di-Pertua,

Di bawah Rancangan Malaysia Kesebelas (RMKe-11), Kementerian Pelancongan, Seni Dan Budaya telah memperuntukkan sebanyak RM13.1 juta bagi 11 projek pembangunan di Negeri Sarawak.

Dalam hal ini, Kementerian sentiasa bekerjasama erat dengan Kementerian Pelancongan, Kesenian, Kebudayaan, Belia dan Sukan Sarawak dalam memberi perhatian kepada produk-produk pelancongan yang berpotensi untuk dibangunkan atau dinaiktarafkan di Negeri Sarawak. Sehubungan itu, Kementerian sangat mengalu-alukan cadangan daripada Yang Berhormat demi memajukan produk-produk pelancongan di Negeri Sarawak.

Bagi tujuan tersebut, Yang Berhormat disyorkan membuat permohonan melalui Kementerian Pelancongan, Kesenian, Kebudayaan, Belia dan Sukan Sarawak untuk diteliti berdasarkan keutamaan. Permohonan yang dikemukakan seterusnya akan diselaraskan oleh pihak Kementerian sebelum diperakukan untuk pertimbangan Kementerian Hal Ehwal Ekonomi (MEA).

Tuan Yang di-Pertua,

Saya yakin dengan penganjuran Kempen VM2020 ini akan memberi manfaat besar kepada pelbagai lapisan masyarakat serta industri pelancongan dan kebudayaan. Kempen ini juga berupaya untuk mewujudkan kesan limpahan kepada sektor-sektor ekonomi lain yang berkaitan termasuk meningkatkan pendapatan rakyat terutamanya di kawasan luar bandar. Saya menyeru agar semua pihak dapat bersama-sama berganding bahu dan bersatu hati dalam menjayakan Kempen VM2020 ini sebagai satu misi nasional.

Sekian, terima kasih.