

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

PERTANYAAN : BUKAN LISAN

**DARIPADA : YB DATO' SRI DR. AHMAD ZAHID
BIN HAMIDI [BAGAN DATUK]**

SOALAN

Minta **MENTERI PELANCONGAN, SENI DAN BUDAYA** menyatakan bagaimanakah tahap kesediaan pihak Kementerian bagi menghadapi Tahun Melawat Malaysia 2020, dan berapakah jangkaan pelancong yang akan melawat Malaysia pada tahun 2020.

JAWAPAN

Tuan Yang di-Pertua,

Kementerian Pelancongan, Seni dan Budaya (MOTAC) telah mengadakan perancangan awal sebagai persediaan Kempen *Visit Malaysia 2020* (VM2020) sejak dari tahun 2018. Sektor pelancongan dan kebudayaan akan dipacu sebagai pemangkin pertumbuhan sosioekonomi yang mampan melalui pemerksaan, pemuliharaan dan pemeliharaan seni, budaya dan warisan negara dengan sasaran ditetapkan adalah 30 juta kedatangan pelancong dan RM100 bilion hasil pendapatan kepada negara.

Tuan Yang di-Pertua,

MOTAC sedang giat menjalankan aktiviti dan program bersempena Kempen VM2020. Proses memuktamadkan logo, lagu rasmi dan video tema Kempen VM2020 sedang di fasa terakhir dengan cadangan pelancaran logo dan Kempen VM2020 akan disempurnakan oleh YAB Perdana Menteri sendiri dalam masa terdekat ini. Selain itu, Kementerian melalui Tourism Malaysia (TM) juga sedang membina

laman *microsite* VM2020. Laman web yang berinteraktif ini bersifat *user friendly* dan dapat digunakan bagi menyampaikan maklumat mengenai Kempen VM2020 seperti logo rasmi berserta *brand manual*, video Kempen VM2020, maklumat berkaitan produk pelancongan terkini, tempat-tempat yang mesti dilawati, tawaran istimewa pakej-pakej menarik dan sebagainya.

Tuan Yang di-Pertua,

Selain usaha-usaha yang telah dijalankan oleh Kementerian ini untuk menjayakan misi nasional Kempen VM2020 di dalam negara, TM juga melaksanakan *Familiarization trip* atau *Famtrip* setiap tahun bersama para media, *bloggers* dan *influencers* antarabangsa serta agensi pelancongan dari luar negara untuk sasaran pasaran antarabangsa seperti Austria, Jerman, Dubai, India dan Indonesia. Program ini merupakan kerjasama strategik di antara TM bersama para pengamal media konvensional dan media sosial serta agensi pelancongan antarabangsa 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.

Dalam menjayakan Kempen VM2020 ini, aktiviti serta program promosi dan pengiklanan yang berterusan di luar negara giat dijalankan di bawah enam (6) Teras Utama, Pelan Promosi Tourism Malaysia iaitu:

1. **Meningkatkan penggunaan teknologi maklumat terkini ke arah *digitalization*** sebagai medium promosi/pengiklanan/publisiti melalui program berbentuk taktikal dan juga *thematic*.
2. **Mempergiatkan penyertaan pada acara/program utama** seperti ITB di Berlin, WTM di London dan program-program di peringkat Domestik seperti MATTA Fair, MITA Fair dan lain-lain selain mengambil peluang 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 di dalam 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; 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.**

Seterusnya, Kementerian turut bercadang mengadakan Majlis Pelancaran Mega VM2020 pada penghujung bulan Disember 2019 dengan cadangan pelancaran serentak di semua negeri. Ini adalah penting bagi meningkat publisiti terhadap Tahun Melawat Malaysia yang bermula pada bulan Januari 2020. Selain itu, Kementerian akan turut mengadakan Majlis Acara Sambutan di pintu-pintu masuk utama negara bagi menyambut ketibaan pelancong pada hari pertama Tahun Melawat Malaysia 2020.

Tuan Yang di-Pertua,

Dalam memastikan misi nasional Kempen VM2020 berjaya dilaksanakan, Kementerian turut menitikberatkan penglibatan pelbagai pihak sebagai pemegang taruh demi memastikan sasaran yang ditetapkan tercapai. Justeru, Kementerian telah menggerakkan jentera jaringan hubungan bersama Kementerian-Kementerian dan Agensi-Agensi Kerajaan melalui penubuhan Jawatankuasa Kerja VM2020 dan sepuluh (10) Jawatankuasa Kecil iaitu Jawatankuasa Kewangan, Keselamatan dan Kecemasan, Kemudahan Pelancongan, Infrastruktur, Keceriaan dan Kebersihan, Pengangkutan, Publisiti, Promosi, Latihan dan Kualiti Perkhidmatan, Acara Pelancongan dan Kebudayaan, APEC2020 dan Expo Dubai 2020 yang dipengerusikan oleh pelbagai Kementerian. Dengan tertubuhnya jawatankuasa-jawatankuasa ini, kerjasama di antara semua pihak dapat dipertingkatkan bagi menyelaraskan dan mempromosi Kempen VM2020.

Kementerian turut memberi fokus terhadap kerjasama dengan setiap negeri untuk bersama-sama menjayakan Kempen VM2020 melalui platform Mesyuarat Jawatankuasa Kebangsaan Pembangunan Pelancongan dan Kebudayaan bersama para Exco Pelancongan Negeri. Kerajaan Negeri juga sedang mengenalpasti *Signature Events* di peringkat negeri masing-masing untuk diselaraskan dan disenaraikan di bawah Kalendar Acara VM2020. Selain itu, pelbagai program dan acara bersifat pelancongan, kebudayaan dan seni turut dirangka bagi mempromosikan Kempen VM2020 sepanjang tahun 2019 dan 2020 dengan kerjasama semua agensi dan jabatan di bawah Kementerian di peringkat kebangsaan mahupun negeri.

Kesedaran pelbagai pihak berkepentingan di dalam industri pelancongan masyarakat dan masyarakat di peringkat akar umbi juga amat penting kerana mereka merupakan nadi penggerak kepada segala aktiviti dan program di bawah Kempen VM2020. Justeru, beberapa siri sesi libat urus bersama Kementerian dan Agensi Kerajaan, Kerajaan Negeri, penggiat industri pelancongan dan kebudayaan serta masyarakat yang telah dilaksanakan sejak tahun 2018 akan terus dipergiatkan lagi untuk mewujudkan kerjasama pintar di samping

meningkatkan kesadaran dan penglibatan semua pihak dalam bersama-sama menjayakan Kempen VM2020.

Tuan Yang di-Pertua,

Saya yakin bahawa dengan penganjuran Kempen VM2020 ini akan memberi manfaat besar kepada pelbagai lapisan masyarakat serta industri pelancongan dan kebudayaan dengan pertambahan pendapatan tukaran asing kepada negara. VM2020 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 mengembleng tenaga menjayakan Kempen VM2020 ini sebagai satu misi nasional dan tanggungjawab kita bersama.

Sekian, terima kasih.