

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

PERTANYAAN : LISAN

**DARIPADA : YB PUAN JUNE LEOW HSIAD HUI
[HULU SELANGOR]**

TARIKH : 11 NOVEMBER 2019

SOALAN

Minta **MENTERI PELANCONGAN, SENI DAN BUDAYA** menyatakan usaha-usaha Kerajaan bagi mempromosikan Tahun Melawat Malaysia 2020 (TMM2020) di peringkat antarabangsa dan bagaimana sektor swasta boleh menyumbang bagi menjayakan kempen TMM2020.

JAWAPAN

Tuan Yang di-Pertua,

Kementerian Pelancongan, Seni dan Budaya (MOTAC) melalui pejabat-pejabat Tourism Malaysia di luar negara sentiasa aktif mempromosikan Malaysia melalui usaha-usaha berikut:-

1) Memperkukuhkan penyertaan Malaysia di pameran-pameran pelancongan utama peringkat antarabangsa seperti World Travel Mart (WTM) di London, Internationale Tourismus-Börse (ITB) di Berlin, Top Resa di Perancis, Flight Center Travel Expo di New Zealand, ASEAN Tourism Forum (ATF) di Vietnam, China International Tourism Industry Expo (CITIE) di China, South Asian Travel & Tourism Exhibition (SATTE) di India, India International Travel & Tourism (ITTT) di India, Arab Travel Mart (ATM) di UAE dan Hana Tour Busan International Travel Show di Korea Selatan;

NO. SOALAN : 15

2) Menganjur Program Mega-Fam untuk agensi -agensi pelancongan, media, dan bloggers antarabangsa ke Malaysia. Wakil media akan menerbitkan artikel mengenai Malaysia di majalah dan akhbar di pasaran, manakala wakil dari agensi pelancongan pula akan membangunkan pakej lawatan baru ke Malaysia. Sebanyak 7 program suaikenal (Mega-Fam) dengan jumlah nilai publisiti mencapai hampir RM5 juta telah dilaksanakan dari Januari hingga September 2019 yang melibatkan pengamal media dan agensi antarabangsa. Selain itu, bagi tempoh Mei - September 2019 sebanyak 10 program utama telah diadakan dengan penglibatan media tempatan dan antarabangsa untuk mempromosikan Visit Malaysia 2020 yang telah menjana lebih 23 juta capaian di media sosial;

3) Menjalankan kempen pengiklanan melalui media cetak, elektronik papan tanda (*billboard*) serta pemasaran digital di pasaran-pasaran terpilih di luar negara. Diantaranya, pengiklanan VM2020 turut dilaksanakan melalui medium *Out Of Home* (OOH) di United Kingdom pada panel keretapi, badan teksi (London Cab), badan bas dan cross track panels manakala bagi pasaran Jepun, logo VM2020 dipasang pada billboard di stesen keretapi Shinagawa dan di flight information board Lapangan Terbang Fukuoka. Sebanyak enam panel billboard VM2020 turut dipasang di Lapangan Terbang Sabiha Gokcen, Istanbul yang menerima 34 juta penumpang/ passengers domestik dan antarabangsa pada tahun 2018; dan

4) Kempen VM2020 secara digital juga telah dilaksana dengan Expedia bagi pasaran Australia, Amerika Syarikat dan Jepun yang dijangka akan meningkatkan tempahan pakej percutian ke Malaysia dengan sasaran peningkatan seramai 25,400 pelancong dan 20 juta *impressions* dari pasaran tersebut. Kempen bersepadu ini akan mempromosikan Malaysia sebagai destinasi pelancongan terkemuka sempena VM2020 kepada lebih 750 juta pengunjung Expedia di seluruh dunia.

Tuan Yang di-Pertua,

Untuk memastikan kejayaan kempen ini, kerjasama turut dijalin dengan pihak swasta bagi memastikan hebahan publisiti dan promosi secara menyeluruh VM2020 dilaksana di semua peringkat. Diantaranya, kerjasama strategik dengan MasWings, Malaysia Airlines, Air Asia, Firefly, Malindo Air, Malaysia Airports Berhad dan Sharp (M) Electronics. Pelancaran 'livery' di badan pesawat keempat-empat syarikat penerbangan tersebut telah diadakan pada 22 Julai 2019. Logo VM2020 juga dipasang di badan-badan pesawat dan ruang dalam pesawat iaitu *Upper Overhead Cabin, Back seat meal tray, overhead locker* dan majalah *inflight*. Manakala, kerjasama dengan Sharp (M) dijangka akan meningkatkan 'visibility' kempen VM2020 melalui teknologi 8K dengan tayangan video promosi Malaysia di 10,000 panel TV 8K sekitar Malaysia dan 200,000 panel TV 8K di China, India, Jepun, Taiwan, dan ASEAN. Selain itu, kerjasama dengan Telekom Malaysia, Astro, Media Prima dan lain-lain pihak berkepentingan sedang dalam perancangan oleh Tourism Malaysia.

Memetik kata-kata YAB Perdana Menteri bahawa kempen VM2020 merupakan satu misi nasional dengan penglibatan semua lapisan masyarakat, maka saya menyeru kepada semua termasuk pihak industri, kementerian-kementerian dan kerajaan negeri untuk sama-sama menjayakan kempen ini sebagai satu tanggungjawab bersama.

Untuk makluman semua Ahli Yang Berhormat sekalian, satu sesi taklimat khas berkenaan VM2020 akan diadakan pada 19 November 2019.

Sekian, terima kasih.