

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

PERTANYAAN : BUKAN LISAN

**DARIPADA : YB TUAN WILLIAM LEONG JEE KEEN
[SELAYANG]**

SOALAN

Minta **MENTERI PELANCONGAN, SENI DAN BUDAYA** menyatakan bagaimana teknologi digital membantu dalam pembangunan industri pelancongan dan usaha Kerajaan berteraskan teknologi bagi memacu sektor ini.

JAWAPAN

Tuan Yang di-Pertua,

Transformasi digital yang pesat di peringkat dunia telah merevolusikan industri pelancongan ke arah pelancongan pintar (*smart tourism*) dan mendorong industri untuk memberikan perkhidmatan yang terbaik dan inovatif bagi kekal berdaya saing di peringkat antarabangsa. Pendigitalan memberi kuasa kepada pengguna untuk berkongsi pengalaman dan pandangan mereka di dalam talian yang seterusnya mempunyai keupayaan untuk mempengaruhi pengguna lain dalam membuat keputusan untuk melawat sesebuah destinasi pelancongan.

Segala aktiviti dalam talian oleh pengguna meninggalkan pelbagai jejak digital yang merupakan antara komponen data *raya* (*big data*) yang sangat bernilai untuk digunakan dalam menganalisis dan meramal unjuran pelancongan dengan tepat bagi merangka strategi promosi dan pemasaran bersasaran yang berdaya saing. Pada masa yang sama, platform digital ini juga menyediakan *dashboard* yang membolehkan hasil pulangan daripada setiap transaksi (*economic conversion*) dinilai dan dipantau.

Kementerian melalui Tourism Malaysia telah menandatangani perjanjian kerjasama bersama *Expedia* pada 20 Ogos 2019 bagi tempoh 6 bulan iaitu bermula 5 Ogos 2019 sehingga 4 Februari 2020 yang mensasarkan ketibaan seramai 220,500 orang pelancong daripada negara-negara seperti Amerika Syarikat, Australia dan Jepun. Kerjasama ini juga akan melibatkan perkongsian kepakaran oleh *Expedia* dengan pengusaha pelancongan tempatan terutamanya industri kecil dan sederhana atau SME dengan memberikan bimbingan dan latihan untuk memasarkan produk mereka secara dalam talian.

Selain itu, program *Mega-Fam (Mega Familiarization)* juga akan dipergiatkan bagi menggalakkan lagi promosi yang berbentuk *user generated content* melalui penglibatan lebih ramai wartawan, syarikat-syarikat pelancongan luar negara, *social media influencer*, *key opinion leaders*, *bloggers* dan artis daripada luar negara. Mereka akan merasai sendiri keindahan dan keunikan Malaysia terutama semasa musim-musim perayaan dan menterjemahkannya dalam bentuk penulisan atau video yang akan dimuatnaik dalam media sosial seperti Facebook, *Blog*, Youtube, *Instagram* dan Twitter. Penglibatan peserta-peserta *Mega-Fam* daripada pasaran terpilih akan memberikan impak yang tinggi dengan kos yang berpatutan. Ini adalah selaras dengan perkembangan kehendak pengguna masa kini yang rata-ratanya penggemar gajet dan media sosial.

Sekian, terima kasih.