

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

PERTANYAAN : LISAN

**DARIPADA : YB TUAN JUGAH ANAK MUYANG @
TAMBAT [LUBOK ANTU]**

TARIKH : 29 SEPTEMBER 2021 (RABU)

SOALAN

YB TUAN JUGAH ANAK MUYANG [LUBOK ANTU] minta **MENTERI PELANCONGAN, SENI DAN BUDAYA** menyatakan apakah langkah yang boleh dilaksanakan oleh Kementerian berkenaan mempromosikan kawasan luar bandar yang masih terpinggir namun berpotensi untuk diketengahkan sebagai destinasi baru pelancongan.

JAWAPAN

Tuan Yang di-Pertua,

1. Kementerian Pelancongan, Seni dan Budaya (MOTAC) sentiasa bekerjasama dengan semua pihak terutamanya dengan kerajaan negeri di dalam mengenal pasti produk-produk pelancongan di kawasan luar bandar yang mempunyai potensi untuk dimajukan sebagai destinasi pelancongan. Melalui Tourism Malaysia, iaitu salah satu agensi di bawah MOTAC, destinasi dan produk pelancongan tersebut akan dipromosikan kepada pasaran domestik serta antarabangsa.
2. Malaysia adalah sebuah negara yang kaya dengan keindahan alam semulajadi dan mempunyai banyak kawasan-kawasan di luar bandar yang boleh menawarkan produk-produk eko-pelancongan. Ini termasuklah di

kawasan Yang Berhormat sendiri iaitu di Lubuk Antu yang sedia ada menawarkan produk-produk pelancongan menarik berasaskan alam semulajadi seperti program *In Search of Wild Orang Utan* disamping aktiviti-aktiviti lain di Batang Ai.

3. Dalam memastikan kawasan-kawasan eko-pelancongan ini dibangunkan secara lestari, MOTAC telah merangka Pelan Ekopelancongan Kebangsaan 2016-2025 sebagai halatuju dalam memperkukuhkan pembangunan segmen ini. Untuk makluman, bagi kawasan Parlimen Lubuk Antu, kluster Sri Aman-Batang Ai-Ulu Sungai Menyang-Maludam telah dikenalpasti dalam Pelan ini. Menerusi pembangunan kluster-kluster ekopelancongan, aktiviti pelancongan berasaskan komuniti atau *Community-Based Tourism (CBT)* diberi fokus.

4. Tourism Malaysia juga mempromosi segmen-segmen dan aktiviti-aktiviti pelancongan yang tertumpu di luar bandar seperti aktiviti memancing di Kuala Rompin, *bird-watching* di Kuala Gula Bird Sanctuary dan di Taman Negeri Perlis disamping menyokong penganjuran acara-acara pelancongan unik di kawasan-kawasan luar bandar.

5. Pelbagai inisiatif digunakan untuk mempromosikan negara termasuk produk-produk pelancongan di kawasan luar bandar seperti melalui program usahasama dengan pengusaha-pengusaha pelancongan antarabangsa. Tourism Malaysia turut memberi penekanan dalam menggunakan sosial media seperti *Facebook, Instagram, YouTube, Twitter, Blog* serta *Key Opinion Leaders (KOLs)*. Penyampaian maklumat berkenaan produk-produk pelancongan negara di platform digital ini akan membolehkan para pelancong menerima maklumat produk-produk pelancongan yang ditawarkan secara terus dan mudah.

Sekian, terima kasih.