

SIARAN AKHBAR

UNTUK SIARAN SEGERA

SOUTH EAST ASIA LARGEST AUGMENTED REALITY HUNT DI ESPLANADE, PULAU PINANG

GEORGE TOWN, 14 Sept 2014 – Tourism Malaysia Pulau Pinang telah bekerjasama dengan YouthsToday.com dan DIGI bagi menganjurkan acara South East Asia Largest Augmented Reality Hunt di Esplanade, Pulau Pinang, hari ini. Perasmian acara ini telah disempurnakan oleh Encik Mohmed Razip Hasan Pengarah Bahagian Komunikasi dan Publisiti, Tourism Malaysia dan diiringi oleh ADUN Kawasan Pulau Tikus, YB Yap Soo Huey.

Acara yang buat pertama kalinya diadakan di rantau Asia Tenggara ini menggabungkan elemen ‘treasure hunt’ dengan sembilan petunjuk tersembunyi di sekitar Pulau Pinang dan hanya dapat dilihat menerusi aplikasi telefon pintar ‘Wallipop’. Ia bertujuan untuk mempromosikan Pulau Pinang sebagai destinasi pelancongan yang menarik dalam kalangan generasi muda melalui penggunaan teknologi telekomunikasi yang canggih.

Lokasi carian bagi petunjuk tersembunyi tersebut ialah di Esplanade, Fort Cornwallis, Chew Jetty, Armenian Street, Beach Street, Camera Museum, KOMTAR, Gurney Paragon, Gurney Drive, dan Escape Theme Park. Medium media sosial seperti Facebook, Twitter dan Instagram telah digunakan bagi tujuan promosi dan hebahan penyertaan.

Program ini telah menarik seramai 1,400 orang peserta (700 kumpulan) yang telah mendaftar dengan bayaran penyertaan sebanyak RM100 untuk satu kumpulan (2 orang). dan peserta-peserta Para peserta ini berasal dari Perak, Selangor, Sabah dan Sarawak. Selain itu, acara ini juga telah mendapat sambutan dari negara jiran iaitu Singapura (10 kumpulan) dan Indonesia (10 kumpulan).

Kerjasama pintar Tourism Malaysia bersama DIGI ini dilihat sebagai perintis kepada pencarian maklumat berkaitan pelancongan menggunakan aplikasi telefon pintar. Seajar dengan itu, Tourism Malaysia juga telah memperkenalkan ‘Tourism Malaysia Brochure App’ bagi kemudahsampaian risalah-risalah pelancongan domestik seluruh Malaysia.

Dengan perkembangan teknologi semasa serta hebahan melalui media sosial, usaha mempromosikan Tahun Melawat Malaysia 2014 tampak lebih berkesan. Penganjuran acara yang julung kali diadakan ini dilihat sebagai pendekatan menarik untuk generasi muda mengenali produk pelancongan tempatan sekaligus menggalakkan mereka untuk melancong dalam negara.



Kemasukan pelancong ke Pulau Pinang melalui dua pintu masuk iaitu di Lapangan Terbang Antarabangsa Pulau Pinang (LTAPP) bagi tempoh Januari – Jun 2014 telah mencatatkan seramai 572,084 orang pelancong manakala seramai 53,432 orang pelancong pula adalah melalui Pelabuhan Pulau Pinang. Ini menunjukkan Pulau Pinang kekal sebagai destinasi pelancongan utama bukan sahaja di Malaysia tetapi juga di rantau Asia Tenggara.

Untuk sebarang maklumat lanjut, sila hubungi Cik Haryanty Abu Bakar, Timbalan Pengarah, Tourism Malaysia Pulau Pinang di talian 04-261 0058 atau emel haryanty@tourism.gov.my.

-TAMAT-

Untuk mendapatkan siaran media, media info dan artikel berkaitan industri pelancongan di Malaysia, sila lawati Pusat Media di laman web Tourism Malaysia di <http://www.tourismmalaysia.gov.my/>.

LEMBAGA PENGGALAKAN PELANCONGAN MALAYSIA ATAU TOURISM MALAYSIA ialah sebuah agensi di bawah Kementerian Pelancongan dan Kebudayaan Malaysia. Tourism Malaysia bertanggungjawab untuk mempromosikan Malaysia di semua peringkat. Sejak penubuhannya, Tourism Malaysia telah membangun dengan pesatnya dan telah muncul sebagai pemain utama dalam dunia pelancongan antarabangsa. Pada 2013, Malaysia telah mencatatkan kedatangan seramai 25.7 juta orang pelancong asing dengan pendapatan pelancongan sebanyak RM65.4 bilion sekaligus menjadikan pelancongan sebagai penyumbang kedua terbesar negara menerusi tukaran mata wang asing dan penyumbang keenam terbesar kepada Pendapatan Negara Kasar (PNK).

Malaysia sedang menyambut Tahun Melawat Malaysia (TMM) buat kali keempat pada 2014 dengan tema *Celebrating 1Malaysia Truly Asia*. Kempen promosi TMM 2014 telahpun bermula pada 2013 dan dipenuhi dengan pelbagai acara istimewa dan aktiviti-aktiviti menarik sepanjang tahun sehinggalah tibanya TMM 2014. Penganjuran kempen TMM 2014 dijangka akan dapat membantu kerajaan mencapai sasaran untuk menerima kedatangan pelancong seramai 36 juta orang dengan pendapatan sebanyak RM168 bilion menjelang 2020 seperti yang digariskan dalam Bidang Ekonomi Utama Negara (NKEA) Pelancongan.

Melalui NKEA, Kementerian Pelancongan dan Kebudayaan telah mempertingkatkan kerjasama dengan pelbagai agensi kerajaan dan sektor swasta untuk memantapkan kedudukan negara sebagai destinasi pelancong antarabangsa yang terkemuka. Sasaran yang telah ditetapkan di bawah NKEA Pelancongan akan tercapai melalui pelaksanaan 12 Projek Permulaan (EPPs) yang merangkumi lima tema: Kembara Mewah Mampu Milik; Kembara Alam Semula Jadi; Keronokan Seisi Keluarga; Acara, Hiburan, Spa dan Sukan; dan Pelancongan Perniagaan.

Hubungi:

Unit Perhubungan Media:

Cik Azizah Aziz, Timbalan Pengarah Kanan, Bahagian Komunikasi dan Publisiti

Tel: +603-8891 8752

Emel: azizahaziz@tourism.gov.my

Unit Editorial:

Puan Anis Rozalina Ramli, Senior Editor, Bahagian Komunikasi dan Publisiti

Tel: +603-8891 8759

Emel: anisramli@tourism.gov.my



MALAYSIA TOURISM PROMOTION BOARD

(MINISTRY OF TOURISM & CULTURE, MALAYSIA)

No. 2, Tower 1, Jalan P5/6, Precinct 5, 62200 Putrajaya, Malaysia

Tel: +603 8891 8000; <http://www.tourismmalaysia.gov.my>

www.facebook.com/friendofmalaysia; twitter.com/tourismmalaysia; blog.tourism.gov.my

