

# PM lancar logo baharu kempen TMM 2020 Jun ini

**CYBERJAYA 24 Mei** - Tun Dr. Mahathir Mohamad akan melancarkan logo baharu kempen Tahun Melawat Malaysia (TMM) 2020 bulan depan.

Ketua Pengarah Tourism Malaysia, Datuk Musa Yusof berkata, pelancaran logo itu dibuat semasa sambutan Rumah Terbuka Malaysia sempena Hari Raya Aidilfitri pada 21-22 Jun ini di Muzium Diraja Kuala Lumpur.

Logo TMM 2020 yang dilancarkan di Chiang Mai, Thailand, Januari lalu mendapat kritikan dan pandangan negatif pelbagai pihak, memaksa Kementerian Pelancongan, Seni dan Budaya mengadakan satu pertandingan mencipta logo baharu.

Logo seperti setem itu memaparkan imej Menara Berkembar Petronas (KLCC) dan Orang Utan, monyet bercermin mata dan penyui memakai cermin mata hitam, dikecam dengan rata-rata menyifatkannya sebagai tidak berkualiti.



**MUSA YUSOF (duduk, tengah) bersama media, pegawai dan kakitangan Tourism Malaysia pada program Sembang Santai dan iftar bersama media di Cyberjaya, kelmarin.**

Dalam pada itu, Musa mengajak media tempatan menyokong kempen TMM 2020 dengan menyiarkan lebih banyak berita positif mengenai negara.

Beliau berharap media tempatan akan terus menyokong industri pelancongan negara melalui laporan-laporan positif mengenai pelancongan, keseni-

an dan kebudayaan.

“Industri pelancongan memberi impak positif kepada negara terutama dalam pembangunan sosio ekonomi.

“Pada 2017 sahaja, industri pelancongan menyumbang sebanyak 14.9 peratus kepada Keluaran dalam Negara Kasar (KDNK) berbanding 10.4 per-

tus pada 2005.

“Kadar guna tenaga dalam industri pelancongan turut meningkat kepada 3.4 juta orang pada 2017, menyumbang 23.2 peratus kepada jumlah keseluruhan guna tenaga,” katanya dalam kenyataan sempena program Sembang Santai dan Iftar bersama media di sini semalam.

Pada 2018, Malaysia merekodkan kedatangan 25.8 juta pelancong dengan pendapatan sebanyak RM84.1 bilion, menjadikan negara antara destinasi utama pelancongan di dunia.

Menurut Musa, TMM 2020 merupakan kali kelima diadakan selepas 1990, 1994, 2007 dan 2014 dengan sasaran kedatangan 30 juta pelancong dan pendapatan sebanyak RM100 bilion.

Jelasnya, promosi TMM 2020 yang dilancarkan awal tahun ini telah mencapai kejayaan apabila Malaysia diangkat sebagai negara rakan di ITB Berlin, program pelancongan terpenting di Eropah yang dihadiri 10,000 pempamer dari 185 buah negara, menarik kehadiran 160,000 pengunjung dan 5,000 media antarabangsa.

“Kami berharap semua Kementerian, agensi kerajaan, sektor swasta dan orang awam akan membantu menjayakan kempen Tahun Melawat Malaysia 2020,” katanya.