



SIARAN MEDIA BERSAMA

UNTUK SIARAN SEGERA
TM. 205/2026

24 AUGUST 2026

TOURISM MALAYSIA, FOODIE MEDIA JALIN KERJASAMA STRATEGIK PERKUKUH PROMOSI MELAWAT MALAYSIA 2026-2027

KUALA LUMPUR — Tourism Malaysia dan Foodie Media Berhad, menerusi anak syarikat milik penuhnya Good Foodie Media Sdn. Bhd. (GFM), memeterai Memorandum Persefahaman (MoU) bagi memperkukuh promosi produk dan pengalaman pelancongan Malaysia, khususnya warisan kulineri, tarikan budaya dan gaya hidup, sebagai sokongan kepada kempen Melawat Malaysia 2026-2027 (VM2026-2027).

Kerjasama itu akan membolehkan kedua-dua pihak memanfaatkan kepakaran masing-masing dalam pemasaran destinasi dan penghasilan kandungan digital bagi meningkatkan kesedaran terhadap Malaysia sebagai destinasi pelancongan pilihan, selain menggalakkan pelancong tempatan dan antarabangsa meneroka kepelbagaian pengalaman yang ditawarkan negara.

Di bawah MoU tersebut, GFM akan menyokong penghasilan dan pengedaran kandungan digital berkaitan VM2026-2027 serta acara-acara berkaitan, menyediakan liputan media di lapangan bagi acara yang dikenal pasti Tourism Malaysia, termasuk festival makanan dan aktiviti di lokasi warisan, serta memperluas capaian kandungan kempen menerusi rangkaian platform digital dan jenama gaya hidupnya.

Foodie Media mengendalikan 45 jenama berteraskan gaya hidup dengan gabungan lebih 50 juta pengikut merentasi pelbagai platform digital termasuk Facebook, Instagram, TikTok, Threads, YouTube, RedNote, Lemon8, X, Douyin, Telegram dan WhatsApp.

Portfolionya merangkumi platform makanan, pelancongan dan gaya hidup seperti KL Foodie, Penang Foodie, Halal Foodie, Da Ma Chi Huo (“大马吃货”) dan Malaysia Homie. Ia turut merangkumi *Malaysia*, sebuah jenama khusus yang mengetengahkan negara ini secara menyeluruh — daripada destinasi dan makanan hinggalah budaya serta kehidupan seharian.

Menerusi jangkauan digitalnya yang luas, kerjasama itu dijangka meningkatkan lagi keterlihatan destinasi, gastronomi, tarikan warisan dan pengalaman gaya hidup Malaysia dalam kalangan khalayak yang berminat terhadap pelancongan, makanan dan aktiviti riadah.

Tourism Malaysia pula akan menyediakan GFM dengan maklumat terpilih mengenai produk dan pengalaman pelancongan Malaysia, termasuk gastronomi, gaya hidup, tarikan serta destinasi baharu, selain memudahkan penyertaan GFM dalam acara terpilih Tourism Malaysia sepanjang 2026.

Kerjasama itu juga akan menyokong penghasilan dan penyebaran kandungan yang mengetengahkan kepelbagaian pengalaman pelancongan Malaysia kepada khalayak yang lebih luas.

Perkongsian tersebut berlangsung pada masa yang strategik ketika Malaysia terus mempergiat usaha promosi di bawah VM2026, yang telah dilanjutkan sehingga akhir 2027. Tempoh kempen yang lebih panjang membuka lebih banyak peluang kepada Tourism Malaysia dan pemain industri untuk mengekalkan permintaan pelancongan, meningkatkan kesedaran terhadap destinasi serta mempromosikan kepelbagaian produk pelancongan Malaysia di pasaran utama.

Kerjasama ini turut melengkapi ekosistem kandungan Foodie Media yang merangkumi makanan dan minuman, perjalanan dan pelancongan, hartanah, kediaman dan gaya hidup, teknologi, sukan serta automotif.

Menerusi penceritaan destinasi, kempen yang diterajui pencipta kandungan dan liputan di lapangan bagi acara serta festival pelancongan, kerjasama itu akan membantu menghubungkan pelbagai pengalaman pelancongan Malaysia dengan khalayak digital yang aktif.

Ketua Pengarah Tourism Malaysia, Mohd Amirul Rizal Abdul Rahim, berkata: “Kerjasama dengan Foodie Media memperkukuh usaha kami memanfaatkan platform digital dan penceritaan berasaskan kandungan untuk mempromosikan kepelbagaian produk pelancongan Malaysia di bawah VM2026-2027.

“Dengan jangkauan digital yang luas serta kehadiran kukuh dalam segmen makanan, pelancongan dan gaya hidup, Foodie Media menyediakan platform yang berkesan untuk mendekatkan destinasi, gastronomi, budaya dan warisan Malaysia kepada khalayak di dalam dan luar negara.

“Kerjasama strategik dengan pihak media dan pemain industri penting untuk memperluas capaian usaha promosi kami serta menghubungkan lebih ramai khalayak dengan kepelbagaian pengalaman pelancongan Malaysia.

“Melalui kerjasama ini, kami mahu mencetuskan minat yang lebih besar terhadap Malaysia serta menggalakkan pelawat meneroka, menikmati dan menghargai keunikan tarikan, budaya dan layanan mesra yang ditawarkan negara ini.”

Ketua Pegawai Eksekutif Foodie Media Berhad, Nicholas Lim Pinn Yang, berkata: “Mempromosikan Malaysia telah menjadi misi kami sejak hari pertama. Kami bermula pada 2016 dengan hanya satu halaman mengenai makanan di Pulau Pinang dan sejak itu, segala yang kami bina adalah untuk mengetengahkan apa yang ditawarkan negara ini.

“Tahun lalu, kami melancarkan sebuah jenama yang dinamakan *Malaysia*. Kerjasama dengan Tourism Malaysia kini membolehkan kami mengetengahkan lebih banyak tentang

negara ini kepada khalayak yang sememangnya mengikuti kami untuk mendapatkan idea mengenai tempat untuk dikunjungi dan aktiviti yang boleh dilakukan.”

Perkongsian itu mencerminkan komitmen berterusan Tourism Malaysia untuk memperkukuh kerjasama sektor awam dan swasta serta memanfaatkan platform digital dan kandungan secara optimum bagi mempromosikan produk dan pengalaman pelancongan Malaysia, selaras dengan objektif VM2026 dan lanjutan tempoh kempen sehingga 2027.

-TAMAT-

Mengenai Tourism Malaysia

Lembaga Penggalakan Pelancongan Malaysia, juga dikenali sebagai Tourism Malaysia, adalah sebuah agensi di bawah Kementerian Pelancongan, Seni dan Budaya Malaysia (MOTAC). Ia memberi tumpuan kepada mempromosikan Malaysia sebagai destinasi pelancongan pilihan dan sejak penubuhannya, telah memainkan peranan penting dalam mengukuhkan kehadiran dan daya saing negara dalam landskap pelancongan global.

Melawat Malaysia 2026-2027 (VM2026-2027) menekankan komitmen Malaysia terhadap pembangunan pelancongan mampan, selaras dengan Matlamat Pembangunan Mampan Pertubuhan Bangsa-Bangsa Bersatu (UNSDGs). Kempen ini bertujuan untuk mempamerkan pelbagai tarikan semula jadi negara, warisan budaya yang kaya, dan tawaran pelancongan yang meriah, sambil memacu pertumbuhan inklusif dan nilai jangka panjang untuk komuniti tempatan dan pihak berkepentingan industri.

Untuk maklumat lanjut, layari laman web Tourism Malaysia dan akaun social media di [Facebook](#), [Instagram](#), [X](#), [YouTube](#), and [TikTok](#).

Mengenai Foodie Media Berhad

Foodie Media Berhad ("Foodie Media" atau "Kumpulan") adalah terutamanya sebuah syarikat pegangan pelaburan manakala anak-anak syarikatnya terlibat terutamanya dalam penerbitan media digital, pemasaran pemimpin pendapat utama (KOL), penerbitan drama filem pendek, perdagangan afiliasi, dan perkhidmatan penglibatan acara dan komuniti, selaras dengan tonggak Kandungan, Pencipta, Perdagangan dan Komuniti ("4C"). Kumpulan ini mengendalikan portfolio 45 jenama yang berpusat pada kandungan berfokuskan gaya hidup merentasi lima negara di Asia Tenggara, iaitu Malaysia, Singapura, Thailand, Indonesia dan Filipina, dengan gabungan asas pengikut terbesar untuk kandungan digital berfokuskan gaya hidup di Malaysia melebihi 50.0 juta pengikut merentasi saluran media sosial.

Melalui jenamanya termasuk Malaysia, KL Foodie, Penang Foodie, Halal Foodie, Da Ma Chi Huo ("大马吃货"), Car Buddie Malaysia, Malaysia Homie, Nobudget.my, Dots Asia dan Techie Malaysia, Kumpulan ini menghubungkan jenama dan pengguna dengan mengintegrasikan kandungan, pencipta, komuniti dan perdagangan.

Untuk maklumat lanjut, sila layari <https://foodiemedia.com/>

Untuk pertanyaan, sila hubungi:



Amira Naqiyyah Mustaffa Maarof

Assistant Director

Advertising and Digital Division

naqiyyah@tourism.gov.my

Tel: +603 8891 8739

Norshariza Mohd Saad

Deputy Director

Corporate Communications Division

norshariza@tourism.gov.my

Tel: +603 8891 8775

Yew Wei Kit

Chief Financial Officer

Foodie Media Berhad

kayden@foodie.my