

**PERAN BIKER TRAVELERS SEBAGAI STAKEHOLDER
DALAM MEMPROMOSIKAN BATUR UNESCO
GLOBAL GEOPARK, KINTAMANI, BALI**

Wahyu Ning Tyas

Universitas Udayana

Email: ningtyas.wahyu@yahoo.com

Made Sudiana Mahendra

Universitas Udayana

Email: mahendramade@yahoo.com

Gde Indra Bhaskara

Fakultas Pariwisata Universitas Udayana

Email: gbhaskara@unud.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine the role of biker travelers in promoting Batur UNESCO *Global Geopark*, Kintamani, and to know their position as a stakeholder. The research method used was descriptive qualitative. The technique of determining informants using purposive sampling. Data collected through observation, interviews, and documentation. The results show that Denpasar biker travelers have some roles in promoting Batur UNESCO Global Geopark through activities on their motorbike communities such as, touring, sunmori (sunday morning ride), planting trees in tourist areas, Bali no trash challenge activities, and using features on Instagram social media (hashtag (#), tag people, tag location and caption) to share photos and videos of their trip. Biker travelers are identified in the type of dormant stakeholder. The characteristics of this stakeholders are people or groups who have little or no interaction/involvement. It is recommended to the manager of Batur UNESCO Global Geopark to make an annual event that suits the biker travelers' preferences, make an attractive brochure about tourism spot in Batur *geopark*, dare to invest in promotion, and optimize the synergy among stakeholders, particularly the Denpasar biker travelers in the development of the Batur UNESCO Global Geopark tourism promotion.

Keywords: *biker travelers, stakeholders, promotion*

Pendahuluan

Komunitas motor berkumpul atas kesamaan hobi otomotif dan aktivitas *touring* (tur/perjalanan) menggunakan sepeda motor, mereka kemudian membentuk klub motor masing-masing sesuai dengan jenis motor atau berdasarkan visi dan misi yang sama. Klub motor di Indonesia memiliki sebuah wadah yang disebut IMI (Ikatan Motor Indonesia). IMI merupakan organisasi di bawah pemerintah yang berfungsi untuk memfasilitasi industri olahraga otomotif, bekerjasama di bidang pariwisata dan sektor sosial (IMI, 2018). IMI ada di 34 Provinsi di Indonesia, termasuk IMI Bali. Keuntungan jika tergabung dalam IMI yaitu agar klub motor bersifat legal dan akses informasi terkait kegiatan otomotif pun menjadi lebih mudah didapatkan, namun banyak juga klub motor yang bersifat *independent*.

Biker travelers Denpasar memiliki kegiatan yang berindikasi terhadap kegiatan pariwisata, misalnya *touring* dengan tujuan sebuah destinasi wisata serta penggunaan media sosial yang dapat menjadi promosi secara tidak langsung. Seperti yang dikatakan oleh Eddi (*biker travelers*), para *riders* otomatis akan mengangkat tempat-tempat yang didatangi lewat akun media sosial mereka. Jadi *riding* secara tidak langsung membawa dampak positif kepada pengembangan pariwisata, khususnya di Indonesia (CNN Indonesia, 2018). Salah satu upaya kerja sama antara pemerintah dengan klub motor untuk mempromosikan daya tarik wisata dilakukan oleh Gubernur Jawa Barat, Ridwan Kamil. Dalam artikel yang berjudul "Promosikan Wisata, Ridwan Kamil Gandeng Komunitas Motor Jelajahi Jabar" tersebut dijelaskan bahwa Gubernur terpilih Jawa Barat, Ridwan Kamil berkendara bersama puluhan motor klasik dari *Biker Brotherhood 1% MC* dan klub motor besar lainnya (Inews, 2018).

Salah satu destinasi wisata tujuan *touring* favorit para *biker travelers* di Denpasar adalah Batur UNESCO *Global Geopark*, Kintamani. Batur UNESCO *Global Geopark* (BUGG) merupakan destinasi wisata alam yang indah dengan berbagai jenis wisata seperti wisata alam, wisata budaya, wisata religi, wisata minat khusus dan wisata edukasi, namun wisata yang digemari oleh para *bikers* saat berkunjung pada BUGG

adalah wisata alam seperti menikmati *view point* di beberapa *spot* wisata seperti *black lava* dan *view point* dari atas dinding kaldera pada Desa Batur Selatan dengan *view* Gunung Batur dan Danau Batur. Ada beberapa komunitas yang aktif berwisata di kawasan BUGG seperti, komunitas sepeda, komunitas pendaki gunung, komunitas motor *offroad*, dan *onroad*, dll., namun demikian komunitas motor yang disebut *biker travelers* Denpasar dengan jenis motor Honda yang didesain untuk jalan *on road* menjadi fokus dari penelitian ini. Keberadaan komunitas motor ini dapat menjadi peluang untuk promosi wisata karena aktivitas mereka pada komunitas motor dan media sosial yang dapat menjadi media persebaran informasi yang cepat dan masal. Berdasarkan hal tersebut, *paper* ini fokus membahas tentang peran *biker travelers* Denpasar dalam mempromosikan Batur UNESCO *Global Geopark*, serta mengetahui posisi mereka sebagai *stakeholder* pada destinasi wisata Batur UNESCO *Global Geopark*.

Landasan Teori dan Konsep

Sykes dan Kelly (2012:6) mendefinisikan pariwisata sepeda motor (*motorcycle tourism*) mencakup empat elemen berikut :

1. Pariwisata melibatkan perjalanan jauh dari rumah yang tujuan utamanya adalah liburan atau rekreasi.
2. Perjalanan dapat mencakup partisipasi dalam acara olahraga atau kehadiran di acara yang diselenggarakan untuk keuntungan komersial dan amal, atau bersepeda motor yang diorganisir secara independen (diadaptasi dari definisi pariwisata sepeda *Lamont* (2010) di Australia).
3. Wisatawan itu bisa pasif atau aktif (penumpang sepeda motor atau pengemudi), dan perjalanan itu bisa berupa perjalanan sehari atau menginap. Berkeliling dengan sepeda motor yang dilacak dari satu tempat ke tempat lain juga memenuhi syarat. Menggunakan sepeda motor untuk transportasi harian tidak memenuhi syarat.

4. Sepeda motor, meminjam dari definisi Morris (2010), "kendaraan bertenaga dua atau tiga roda yang dirancang untuk penggunaan di jalan, atau di jalan ganda (*on* dan *off-road*). "Sepeda motor yang ditetapkan untuk pariwisata sepeda motor mencakup tiga kategori utama sepeda motor yang digunakan untuk tur, menjelajah, dan sepeda motor *sport-tour*. Tetapi hanya sepeda motor *off-road* yang secara khusus dikecualikan dari pariwisata sepeda motor.

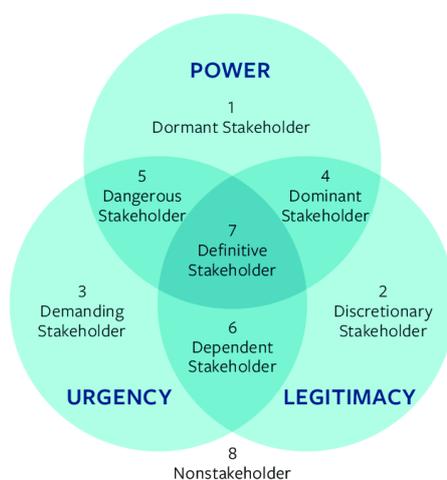
Motorcycle tourism (pariwisata sepeda motor) adalah sebuah konsep perjalanan menggunakan motor beroda dua atau tiga yang digunakan di jalan *off-road* atau *on road* dengan tujuan tur, menghadiri acara olahraga dan sederhananya melakukan perjalanan dan bertemu sesama *biker travelers* di jalanan. Pada penelitian ini, konsep pariwisata motor yang dimaksud adalah para *biker travelers* Honda Denpasar yang sudah pernah melakukan *touring* ke BUGG.

Biker adalah pengendara sepeda motor, terutama yang merupakan anggota geng atau kelompok (Oxford Dictionary, 2000). Menurut Hersh (2003 dalam Way, Roberts dan Turner, 2010) pengendara motor dewasa biasanya memiliki lebih banyak waktu dan uang untuk dihabiskan untuk kegiatan rekreasi. Morsiani (2013 dalam Scol, 2016) menyatakan, pada tahun 1950-an dan 70-an *biker* (pengendara sepeda motor) disorot dengan *image* negatif, hal ini dipengaruhi oleh film-film yang menampilkan kesan bahwa pengendara sepeda motor adalah seorang penjahat dan pemberontak, namun, pengendara sepeda motor yang dewasa telah berubah, mereka tidak hanya dewasa dari segi usia, tetapi juga waktu dan ekonomi (pendapatan), sehingga *biker* menjadi wisatawan yang potensial untuk penawaran produk wisata.

Motorcyclist, *Motorcycle Rider*, *Rider* atau *Biker* memiliki arti yang sama yaitu pengendara sepeda motor. Hanya saja di Indonesia, pengendara sepeda motor dengan minat khusus untuk melakukan perjalanan wisata dengan sepeda motor lebih populer dengan sebutan *biker*. Sedangkan *travellers* adalah seseorang yang bepergian atau sering bepergian (Oxford Dictionary, 2000). Istilah *traveler* dalam bahasa Inggris Amerika juga berarti wisatawan, sehingga *biker travelers* dapat diartikan sebagai

seseorang yang melakukan perjalanan dengan sepeda motor atau singkatnya wisatawan motor. Bagi *biker travelers*, perjalanan tidak hanya tentang berpindah dari satu lokasi ke lokasi lain, tetapi juga sebuah perjalanan yang dilakukan dengan minat yang mendalam dan juga sebagai sarana pemenuhan hobi. *Biker travelers* yang dimaksud dalam penelitian ini adalah *biker travelers* Denpasar dengan kendaraan motor Honda untuk jalur *on road*, yang tergabung dalam sebuah klub motor di Denpasar, dan sudah pernah melakukan kegiatan *touring*, maupun aksi sosial pada Batur UNESCO *Global Geopark*, Kintamani.

Menurut Hetifah (2003 dalam Amalyah, Hamid dan Hakim, 2016), *stakeholders* (pemangku kepentingan) dimaknai sebagai individu, kelompok atau organisasi yang memiliki kepentingan, terlibat, atau dipengaruhi (secara positif maupun negatif) oleh kegiatan atau program pembangunan. Freeman (1984 dalam Bhaskara, 2015) mendefinisikan *stakeholders* sebagai kelompok atau individu yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh pencapaian tujuan organisasi. Mitchel *et al.* (1997 dalam Bhaskara, 2015) mengklasifikasikan *stakeholders* sesuai dengan kekuatan mereka mempengaruhi legitimasi dari masing-masing korelasi *stakeholders* dengan organisasi dan urgensi dari *stakeholders* dalam organisasi.



Gambar 1. *Stakeholders Salience Model*

Sumber: Mitchel *et al.* (1997 dalam Bhaskara, 2015)

Model analisis *stakeholders* oleh Mitchel *et al.* (1997 dalam Bhaskara, 2015), menggunakan tiga atribut yang digunakan untuk menggambarkan *stakeholders* dan arti penting mereka dalam pengambilan keputusan dalam organisasi: *power* (akses ke sumber daya seperti modal dan dana), *legitimacy* (pernyataan yang sah menurut Undang-Undang), dan *urgency* (sensitivitas waktu atau sejauh mana suatu hal membutuhkan perhatian segera/secepatnya). Untuk menjelaskan lingkaran yang tumpang tindih dan untuk memfasilitasi pemahaman model pemangku kepentingan Mitchel *et al.* (1997), perlu untuk membongkar diagram ven dari model ini dan membangunnya kembali dalam bentuk hierarki seperti pada Tabel 1.

Tabel 1. Model Hierarki Kepentingan-Kepetingan *Stakeholders*

<i>Number of attributes</i>	<i>Attributes</i>	<i>Types of stakeholders</i>	<i>Priority</i>
1	<i>Power</i>	<i>Dormant</i>	Low
1	<i>Legitimacy</i>	<i>Discretionary</i>	
1	<i>Urgency</i>	<i>Demanding</i>	
2	<i>Power + Legitimacy</i>	<i>Dominant</i>	Medium
2	<i>Power + Urgency</i>	<i>Dangerous</i>	
2	<i>Legitimacy + Urgency</i>	<i>Dependent</i>	
3	<i>Power + Legitimacy + Urgency</i>	<i>Definitive</i>	High

Sumber: Mitchel *et al.* (1997 dalam Bhaskara, 2015)

Model *stakeholders* Mitchel *et al.* (1997 dalam Bhaskara, 2015) menggambarkan sejauh mana manajer memprioritaskan *stakeholders* dan menjelaskan kepada siapa dan apa yang sebenarnya harus diperhatikan oleh manajer. Jenis *stakeholders dormant*, *discretionary* dan *demanding* diklasifikasikan sebagai prioritas rendah (*low priority*)

karena masing-masing dari mereka hanya memiliki satu atribut. *Stakeholders dormant* diidentifikasi oleh 'power', *discretionary* semata-mata hanya memiliki 'legitimacy' dan *demanding* hanya memiliki 'urgency'. *Stakeholders* yang memiliki dua atribut diklasifikasikan sebagai *stakeholders* prioritas menengah (*medium priority*). *Stakeholders* yang dominan memiliki dua atribut, *power* dan *legitimacy*; *dangerous* memiliki *power* dan *urgency*, dan *dependent* memiliki *legitimacy* dan *urgency*. Kepemilikan dua atribut oleh para *stakeholders* tersebut tercermin dalam diagram venn sebagai *stakeholders definitive*. Area tiga lingkaran yang tumpang tindih ini mewakili tiga atribut (*power*, *legitimacy* dan *urgency*) yang dimiliki oleh *definitive stakeholders* dan diklasifikasikan sebagai *stakeholders* prioritas tinggi (*high priority*). Berdasarkan penjelasan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa *stakeholders* merupakan aktor yang terlibat dan memiliki kepentingan dalam mengatur atau mengembangkan suatu kegiatan atau program pembangunan untuk mencapai tujuan bersama. Pada penelitian ini model yang termasuk dalam *stakeholders* yaitu, Akademisi, bisnis, komunitas, pemerintah, media dan *tourist* (wisatawan). Model *stakeholders* Mitchel *et al.* (1997 dalam Bhaskara, 2015) digunakan untuk mengetahui jenis *stakeholders biker travelers* Denpasar dan prioritasnya dalam promosi Batur UNSECO *Global Geopark*.

Hasan (2015), promosi merupakan variabel khusus pemasaran untuk menarik perhatian wisatawan potensial ke destinasi tertentu dan menikmati berbagai kegiatan yang dirancang dalam pariwisata. Sedangkan menurut Kotler dan Armstrong (2014), promosi adalah aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan untuk membeli produk itu. Promosi merupakan sebuah aktivitas untuk memberitahu tentang produk suatu perusahaan, dalam penelitian ini penggunaan media sosial *Instagram* merupakan salah satu media promosi yang digunakan oleh *biker travelers* Denpasar.

Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan mengkaji tentang peran *biker travelers* Denpasar sebagai *stakeholder* dalam mempromosikan Batur UNESCO *Global Geopark*. Lokasi penelitian berada di Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli. Informan dalam penelitian ini adalah 15 orang *biker travelers* Honda yang berada di Denpasar, masyarakat di sekitar kawasan BUGG, komisi informasi dan komunikasi IMI Bali, *safety riding and community supervisor* PT Astra Honda Motor, Kepala Bidang Pemasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan (Disparbud) Bangli, staf urusan konservasi kawasan Balai Konservasi dan Sumber Daya Alam (BKSDA) Bali, Kepala Bidang Promosi Badan Pengelola Pariwisata Batur UNESCO *Global Geopark* (BPPBUGG). Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan studi dokumentasi. Informan ditentukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Analisis data yang digunakan yaitu deskriptif kualitatif.

Tahap awal yang peneliti lakukan adalah mencari informasi tentang informan dan menyiapkan daftar pertanyaan dalam pedoman wawancara, kemudian melakukan observasi dengan datang langsung ke lokasi penelitian, juga menggunakan bantuan kamera dan catatan lapangan, melakukan studi dokumentasi yaitu mengumpulkan data terkait profil BUGG, membaca artikel atau berita terkait BUGG di internet dan melihat aktivitas *biker travelers* pada media sosial *Instagram*. Reduksi data dalam penelitian ini dimulai dengan mendengarkan hasil rekaman wawancara, membaca jawaban informan pada pedoman wawancara, melihat hasil catatan lapangan pada saat observasi, kemudian mulai memilih dan merangkum hal-hal yang penting terkait peran *bikers* dalam promosi wisata BUGG. Penyajian data dalam penelitian ini menggunakan bentuk teks naratif dan tabel. Penegasan kesimpulan merupakan tahap terakhir dari analisis data. Peneliti menghubungkan aktivitas *biker travelers* pada komunitas motor dengan peran mereka pada promosi wisata BUGG maupun perannya secara umum yang berimplikasi pada kegiatan promosi wisata. Hasil analisis tersebut kemudian ditulis dalam bentuk teks naratif atau kata-kata.

Pembahasan

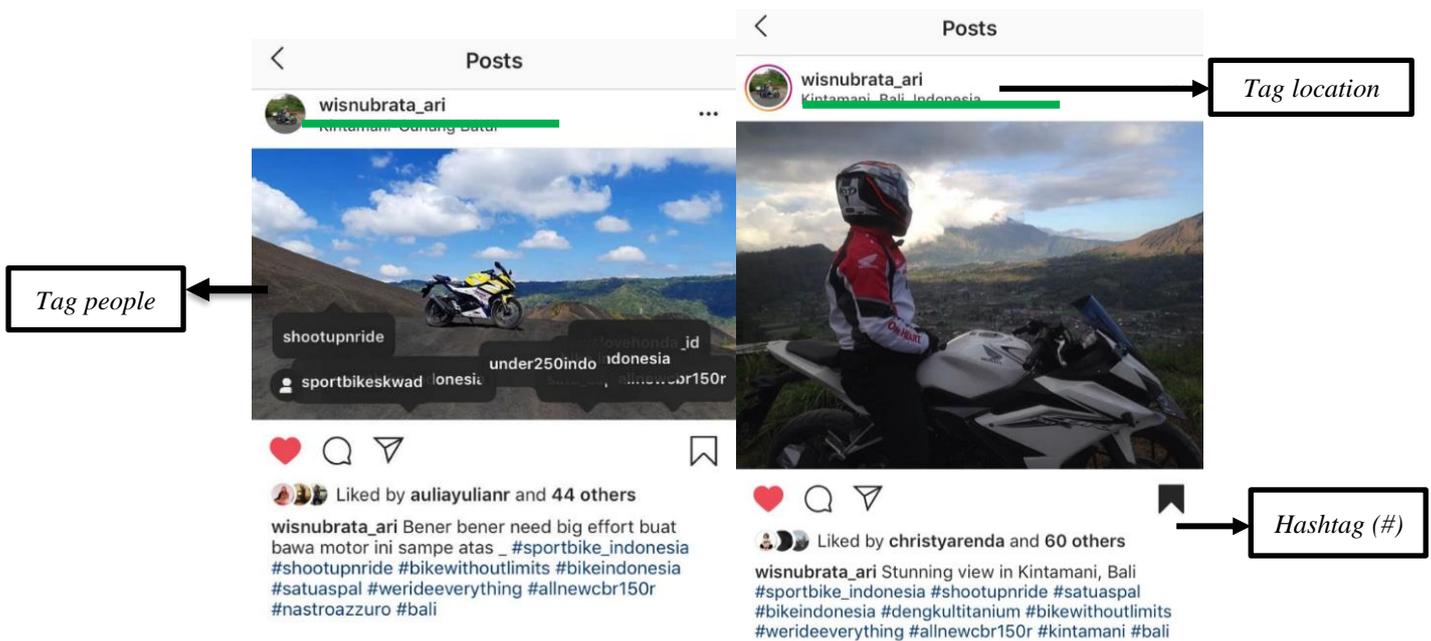
Mitchel *et al.* (1997 dalam Bhaskara, 2015) dalam model *stakeholders*, mengidentifikasi 7 jenis grup *stakeholders* yaitu, *discretionary*, *dependent*, *demanding*, *dormant*, *dangerous*, *dominant*, dan *definitive*. *Biker travelers* Denpasar diidentifikasi dalam jenis *dormant stakeholders*. Jenis *dormant stakeholders* memiliki 1 atribut yaitu *power* tetapi tidak memiliki *legitimacy* dan *urgency*. *Power* (akses ke sumber daya seperti modal dan dana), *legitimacy* (pernyataan yang sah menurut Undang-Undang), dan *urgency* (sensitivitas waktu atau sejauh mana suatu hal membutuhkan perhatian segera/secepatnya), jenis *stakeholders* bersifat dinamis (dapat berubah) sesuai dengan atribut yang dimilikinya, Mitchel *et al.* (1997 dalam Bhaskara, 2015). *Biker travelers* Denpasar diidentifikasi dalam jenis *stakeholders dormant* karena memiliki *buying power* pada kawasan BUGG, hal ini terlihat dari hasil wawancara pada masyarakat di kawasan BUGG.

“*Bikers* sering mampir makan ke sini, biasanya satu klub motor itu ada 20-30 orang yang datang, apalagi dihari libur seperti sabtu dan minggu biasanya lebih rame *bikers* yang datang, dan pendapatan sehari bisa sekitar 3-4 juta. Sangat bagus sekali dengan adanya *bikers* ini, harapannya bawa teman yang banyak lagi ke Batur.”

(Putu Eni Liyanasari, pemilik warung makan Jowet, Desa Batur Selatan)

Pernyataan dari beberapa masyarakat lain yang memiliki usaha warung makan dan restoranpun menunjukkan hal yang sama dengan yang dikatakan Putu Eni Liyanasari. Selain *buying power*, kuantitas jumlah anggota klub motor yang terdaftar pada IMI Bali ada 30 klub motor dengan rata-rata jumlah anggota sekitar 15 orang. Sementara klub motor yang tergabung dalam paguyuban motor honda berjumlah 13 klub motor dengan jumlah anggota sekitar belasan (13 orang) orang, kemudian klub motor yang *independent* dan tidak tergabung dalam IMI juga cukup banyak jumlahnya di Denpasar. Saat ini mereka juga menggunakan media sosial *Instagram* untuk menyimpan catatan perjalanannya. Unggahan foto dan video mereka di *Instagram*pun

menjadi konsumsi pengguna internet (*netizen*), hal ini memungkinkan terjadinya persebaran informasi secara tidak langsung, sehingga apapun yang mereka *share* dapat dilihat oleh *followers* (pengikutnya). *Biker travelers* Denpasar juga memiliki beberapa kegiatan yaitu, *touring*, *sunmori* (*Sunday morning ride*), penanaman pohon di area wisata juga kegiatan yang bekerjasama dengan PT Astra Honda Motor yaitu, *Bali no trash challenge* (kegiatan membersihkan lokasi wisata dengan para *bikers* Honda). Promosi wisata secara tidak langsung juga dilakukan oleh para *biker travelers* Denpasar melalui *words of mouth* kepada sesama teman *bikersnya*, selain itu pemanfaatan fitur-fitur di *Instagram* seperti *hashtag* (#), *tag location*, *tag people* dan *caption* juga dilakukan oleh para *biker travelers*. Berikut contoh penggunaan fitur-fitur *Instagram* pada akun media sosial *biker travelers* Denpasar.



Gambar 2. Penggunaan fitur-fitur *Instagram* pada akun media sosial *biker travelers* (Sumber: *Instagram wisnubrata_ari*, 2019)



Gambar 3. penggunaan fitur-fitur *Instagram* pada akun media sosial *biker travelers* (Sumber: *Instagram andiwhitearc*, 2019)

Penggunaan fitur-fitur *Instagram* yang dilakukan oleh *biker travelers* Denpasar secara tidak langsung dapat memudahkan pencarian tentang BUGG pada media sosial *Instagram*, namun pada penggunaan *hashtag* (#) dan *tag people* hampir belum ada *biker travelers* yang menggunakan *hashtag* #*baturgeopark* tetapi merujuk pada akun-akun otomotif besar seperti, *rideforpride*, *satuaspal*, *shootupnride*, atau akun otomotif yang sesuai dengan klub motor mereka seperti *sportbike*, dll. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Cater (2017), *touring* sepeda motor telah tumbuh secara signifikan dalam beberapa tahun terakhir, dengan pergeseran ke arah yang lebih besar, kapasitas pengguna sepeda motor dan peningkatan usia rata-rata pengendara sepeda motor. Demografi grup ini menunjukkan bahwa, sepeda motor lebih banyak digunakan untuk tujuan rekreasi daripada bepergian. Lokasi dengan proporsi yang tinggi yaitu mengunjungi, gunung dan jalan-jalan indah lebih disukai oleh pengendara sepeda motor. Penelitian sebelumnya sejalan dengan hasil penelitian ini, bahwa *bikers travelers* utamanya menyukai destinasi wisata gunung dan pantai, dan juga BUGG yang berada pada ketinggian dengan pemandangan dan akses jalan yang baik serta medan yang menantang bagi para *bikers*.

Berdasarkan hasil wawancara dengan 15 orang *bikers travelers*, dapat diketahui beberapa tempat di kawasan BUGG yang menjadi titik berhenti (*stop point*) favorit para *bikers*, berikut adalah skenario perjalanan para *biker travelers* di kawasan BUGG:

1. Turun melalui jalur Penelokan-Kedisan menuju Danau Batur, makan di warung makan Telaga Biru atau Resto Apung, Desa Kedisan, dengan *view* Danau Batur.
2. Melanjutkan perjalanan menuju *geosite lava bantal*, di sini batu-batuan dari muntahan Gunung Batur ditutupi oleh tumbuhan yang berwarna kuning, sehingga terlihat seperti padang savana dengan *background* Gunung Batur, di *geosite lava bantal* ini, kemudian *bikers* mengambil foto.
3. Melanjutkan perjalanan mengelilingi Gunung Batur melalui Desa Songan A dan Desa Songan B, kemudian berhenti di *geosite* 19 dan 20, kemudian mengambil foto. Di *geosite* 19 dan 20 ini terdapat bongkahan batu-batu besar berwarna hitam dan terlihat longsor pasir yang juga berwarna hitam dari puncak Gunung Batur. Di *geosite* 19 dan 20 ini terdapat beberapa gazebo untuk beristirahat dan papan informasi terkait sejarah terbentuknya belantara lava 1968 dan komposisi yang dikandungnya.
4. Melanjutkan perjalanan ke *black lava*, dari *black lava* jalur *off-road bikers* bisa langsung keluar melalui Jl.Culali. *Black lava* ini terletak di Pos 3 yang dikelola oleh BKSDA, *spot* wisata ini biasanya digunakan oleh para wisatawan dengan *motor trail*, karena medan yang dilalui adalah batuan tajam dan bentangan bukit pasir berwarna hitam, sehingga, karakter motor *on-road* sulit untuk melalui jalan ini. Di *spot black lava* ini terdapat bongkahan batu-batu besar berwarna hitam dengan *background* Gunung Batur dan beberapa gazebo untuk beristirahat.
5. Keluar melalui jalan di pertigaan penelokan, dan makan siang di Warung Jowet, Desa Batur Selatan dengan *view* Gunung Batur dan Danau Batur dari ketinggian.

Denpasar diidentifikasi dalam jenis *dormant stakeholders*. Karakter *dormant stakeholders* adalah orang atau kelompok yang sedikit atau tidak memiliki interaksi/keterlibatan.

Saran untuk untuk pengelola Batur UNESCO *Global Geopark*, Kintamani dalam hal ini BPPBUGG (Badan Pengelola Pariwisata Batur UNESCO *Global Geopark*, BKSDA (Balai Konservasi Sumber Daya Alam) Bali, dan Disparbud (Dinas Pariwisata dan Kebudayaan) Bangli, sebaiknya membuat acara tahunan yang sesuai dengan preferensi *bikers* juga masih memenuhi standar aturan *geopark*, membuat brosur potensi wisata Batur UNESCO *global geopark* yang atraktif dan diberikan pada saat wisatawan membayar biaya retribusi, mengundang *selebgram*, *Youtuber*, *Blogger*, dan *influencer* yang memiliki banyak *followers*, serta berani berinvestasi dalam promosi wisata sembari terus membenahi poin-poin dalam komponen pariwisata (*Attraction*, *Amenity*, *Accecibility* dan *Anchilary*).

Ucapan Terima Kasih

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada Prof. Made Sudiana Mahendra, MappSc.,Ph.D.,C.EIA., selaku pembimbing I yang telah memberikan arahan dan dengan penuh kesabaran membimbing peneliti dalam menyelesaikan tulisan ini. Terima kasih kepada Gde Indra Bhaskara, MSc.,Ph.D., selaku pembimbing II yang telah memberikan masukan dan saran untuk penyempurnaan tulisan ini. Selanjutnya penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah menyediakan waktu untuk berdiskusi dan membantu dalam menyelesaikan tulisan ini.

Daftar Pustaka

Amalyah, R., Hamid, D., dan Hakim, L. 2016. Peran Stakeholder Pariwisata Dalam Pengembangan Pulau Samalona Sebagai Destinasi Wisata Bahari. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 37(1), pp.158-163.

- Bhaskara, G.I. 2015. "The Local Community As a Stakeholder Group and It's Participation in UNESCO's World Heritage Nomination Process: Jatiluwih Village, Bali, Indonesia" (*Dissertation*). England: Bornemouth University.
- Cater, Carl I. 2017. Tourism on two wheels: Patterns of motorcycle leisure in Wales. *Tourism Management*, 2017, 61: 180-189.
- Hasan, A. 2015. *Tourism Marketing*. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service.
- Ikatan Motor Indonesia (IMI). 2019. Tentang IMI.[cited 2019 November, 21]. Available from: URL: <http://imi.co.id/imi/organisasi>
- Kotler, P. dan Armstrong, G. 2014. *Principle Of Marketing*. 15th Edition. New Jearsey: Pearson Prentice Hall.
- Oxford Advanced Learner's Dictionary. 2000. Oxford University. 6th edition.
- Pasha, Y. 2018. Promosikan Wisata, Ridwan Kamil Gandeng Komunitas Motor Jelajahi Jabar.[cited 2018 Oct. 13]. Available from: URL: <https://www.inews.id/daerah/jabar/196869/promosikan-wisata-ridwan-kamil-gandeng-komunitas-motor-jelajahi-jabar>
- Rahmadsyah, A. 2018. Mengangkangi Motor Sambil Mempromosikan Wisata.[cited Jun. 2018]. Available from: URL: <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20180304213806-269-280391/mengangkangi-motor-sambil-mempromosikan-wisatam>
- Sykes, D.M., Kelly, K.G. dan Ireland, B.N. 2012. Mapping the Study of Motorcycle Tourism: Impacts and Opportunities. In *Proceedings of International Conference on Tourism and Events: Opportunities, Impacts and Change* (pp. 20-22).

Profil Penulis

Wahyu Ning Tyas lahir di Palu, pada 13 Oktober 1994. Pendidikan S1 dengan jurusan Hospitality diselesaikan di Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA, Yogyakarta pada 2012-2016. Kemudian melanjutkan pendidikan ke jenjang S2 jurusan Kajian Pariwisata di Universitas Udayana pada 2017-2019.

Made Suidiana Mahendra adalah Guru Besar di Program Studi Doktor Lingkungan, Program Pascasarjana Universitas Udayana. Ia menyelesaikan pendidikan S1 di Jurusan Teknologi Pertanian, Fakultas Pertanian Universitas Udayana pada tahun 1981, kemudian melanjutkan pendidikan pada jenjang S2 pada tahun 1986 dan jenjang S3 pada tahun 1991 di Department of Food Science and Technology, The University of New South Wales, Sydney, Australia.

Gde Indra Bhaskara MSc., Ph.D adalah dosen tetap Universitas Udayana kelahiran 19 Desember 1978. Beliau menamatkan sekolahnya di STP Nusa dua Bali pada tahun 2001 dan untuk kemudian melanjutkan program Master ke Bournemouth University pada tahun 2002-2004. Sekembalinya dari Inggris, beliau bekerja pada HES Global, sebuah perusahaan yang memfokuskan dalam mencari dan menempatkan eksekutif/pemimpin-pemimpin perusahaan di seluruh dunia pada industri Perhotelan dan jasa, pada kurun waktu 2004-2006. Pada periode berikutnya, beliau mengajar di Manajemen Perhotelan Indonesia yang dikenal dengan nama MAPINDO. Menghabiskan waktu dua tahun disana, pada tahun 2008 diterima di Universitas Udayana sebagai dosen tetap. Hanya berkesempatan mengajar selama dua semester setelah diangkat menjadi dosen tetap di Universitas Udayana, beliau mendapatkan beasiswa untuk melanjutkan pendidikan S3 ke Bournemouth University di tahun 2010.