

ABSTRAK

Tourist gaze dan *User-Generated Content* (UGC) dalam penelitian ini menyelami dinamika visual dan naratif untuk membentuk dan memperkaya pengalaman serta persepsi pengunjung pada Balloon Culture Festival (BCF) dalam konteks pariwisata digital yang kian berkembang. Balloon Culture Festival merupakan salah satu *event* tahunan yang ada di Kabupaten Wonosobo. Festival balon udara ini awalnya hanya sebatas tradisi masyarakat setempat saja, akan tetapi seiring berjalannya waktu tradisi ini mengalami komodifikasi budaya yang kemudian berubah menjadi sebuah destinasi wisata bernama Balloon Culture Festival. Dalam pengenalannya sebagai destinasi wisata, BCF memanfaatkan mediatisasi di era digital. Era ini ditandai oleh aliran tidak henti dari informasi dan visualisasi melalui media digital, salah satunya yaitu UGC Instagram yang tercipta lewat lensa wisatawan menawarkan narasi yang kaya dan berlapis. Tidak hanya memetakan estetika balon udara tetapi juga menghidupkan keintiman dan keterkaitan emosional dengan festival ini.

Melalui analisis mendalam terhadap konten di Instagram, wawancara, dan observasi partisipasi, penelitian ini mengungkap bagaimana praktik *tourist gaze* yang terpancar melalui citra, video, dan interaksi *online* di platform digital dapat menciptakan daya tarik bagi wisatawan lain. Penelitian ini menyoroti pentingnya mengintegrasikan UGC ke dalam strategi pemasaran festival secara bijaksana dalam lanskap pariwisata digital di Kabupaten Wonosobo. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan etnografi digital. Informan pada penelitian ini adalah para wisatawan yang telah berkunjung pada Balloon Culture Festival di Kabupaten Wonosobo. Dalam pembahasannya, peneliti menggunakan teori *tourist gaze* dan didukung oleh konsep *digital tourism* yang menunjukkan bahwa UGC wisatawan di Instagram dapat menjadi daya tarik kunjungan wisatawan lain melalui interaksi *online* yang diciptakan oleh sesama pengguna. Adanya praktik *tourist gaze* melalui UGC pada BCF menimbulkan beberapa implikasi pada dinamika sektor pariwisata di Kabupaten Wonosobo, antara lain: implikasi *tourist gaze* yang dirasakan wisatawan setelah mengunjungi BCF, implikasi *tourist gaze* pada fenomena *overtourism* di Kabupaten Wonosobo, dan implikasi *tourist gaze* pada pengembangan pariwisata di Kabupaten Wonosobo.

Kata Kunci: *Festival Balon, Tourist Gaze, User-Generated Content (UGC), Digital Tourism, Instagram*

ABSTRACT

Tourist gaze and User-Generated Content (UGC) in this study delve into visual and narrative dynamics to shape and enrich the experience and perception of visitors at the Balloon Culture Festival (BCF) in the context of growing digital tourism. The Balloon Culture Festival is one of the annual events in the Wonosobo regency. The air balloon festival was originally only a tradition of the local community, but as time passed, this tradition underwent a cultural commodification that later turned into a tourist destination called the Balloon Culture Festival. In its recognition as a tourist destination, BCF takes advantage of mediatization in the digital age. This era is marked by the unending flow of information and visualization through digital media, one of which is Instagram UGC, created through the lens of tourists, offering a rich and layered narrative. It not only maps the aesthetics of the air balloon but also gives life to the intimacy and emotional connection with this festival.

Through in-depth analysis of content on Instagram, interviews, and participatory observations, the study reveals how tourist gaze practices broadcast through images, videos, and online interactions on digital platforms can create attractiveness for other tourists. This research uses qualitative methods with a digital ethnographic approach. The informants in this study are tourists who have visited the Balloon Culture Festival in the Wonosobo regency. The researchers use the theory of tourist gaze, supported by the concept of digital tourism, which shows that the UGC of tourists on Instagram can be an attraction for visiting other tourists through online interactions created by the same users. The existence of tourist gaze practices through UGC in BCF has some implications for the dynamics of the tourism sector in Wonosobo regency, among others: the implications of tourism gaze perceived by tourists after visiting BCF, the implication of touristic gaze on the phenomenon of overtourism in Wonosobo regency, and tourist gaze implications on tourism development in Wonosobo regency.

Keywords: Balloon Festival, Tourist Gaze, User-Generated Content (UGC), Digital Tourism, Instagram