DOI: https://doi.org/10.30647/jpp.v30647/jpp.v8i1.1980

Pelatihan Pengelolaan Website Interaktif Berbasis Storynomic pada Kelompok Sadar Wisata Desa Bojong Koneng

Lamria Raya Fitriyani*, Dewi Rachmawati, Yesi Pandu Pratama Wibowo DC

LSPR Institute of Communication & Business
*lamria.rf@lspr.edu

Informasi Artikel
Dikirim : 14 November 2025
Diterima : 28 November 2025
Dipublikasi: 24 Juni 2026

Keywords:
Bojong Koneng Village, website virtual, storynomic

Abstract
This community service activity aims to enhance the understanding and skills of the Bojong Koneng Village tourism awareness group in managing content on an interactive, storynomic-based website. The training was conducted using an implementation method that began with a pre-test, followed by material delivery and hands-on practice involving both the presenter and participants, and concluded with a post-test. The results of this training indicated a significant improvement in the participants' understanding and ability to manage the storynomic-based interactive website. Participants were able to identify and effectively utilize the website's features. As a result, the program's sustainability is expected to be maintained, as members of the Bojong Koneng Village tourism awareness group are now capable of creating and publishing engaging content on the storynomic-based interactive website, thereby strengthening digital promotion efforts and expanding the village's tourism reach.

Kata Kunci:
Desa Bojong Koneng, website virtual, storynomic

Abstrak
Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan kelompok sadar wisata Desa Bojong Koneng dalam pengelolaan konten di website interaktif berbasis storynomic. Pelatihan ini dijalankan dengan metode pelaksanaan dengan diawali pretest kemudian pemaparan materi serta praktek dengan pemateri dan peserta, dan diakhiri dengan posttest. Hasil pelatihan ini menunjukkan bahwa peserta mengalami peningkatan pemahaman dan kemampuan dalam mengelola website interaktif berbasis storynomic ini, dan menghasilkan dampak yang signifikan dimana peserta sudah dapat mengenali dan menggunakan fitur-fitur pada website tersebut. Keberlanjutan dalam program ini para peserta yang merupakan kelompok sadar wisata Desa Bojong Koneng bisa mengelola berbagai konten menarik dan mempublikasikan pada website interaktif berbasis storynomic ini sehingga secara langsung akan memberikan peningkatan promosi digitalnya karena memperluas jangkauan wisatawannya.

PENDAHULUAN

Desa Bojong Koneng yang berada di Kecamatan Babakan Madang, Bogor, Jawa Barat memiliki potensi wisata dengan daya tarik berupa wisata air dan pemandangan alam berupa bukit dan pegunungan. Sejak tahun 2019 Desa Bojong Koneng secara mandiri memulai menjadi tempat wisata yang sudah mendatangkan berbagai wisatawan. Sampai saat ini, Bojong Koneng memiliki 16 atraksi wisata yang menjadi potensi dan terus dikembangkan sampai saat ini, baik wisata alam curug, maupun alam berupa pendakian (Rif'an, Hanifah, Soeprijanto, Djaohar, & Parjiman, 2022) Selain itu, Desa Bojong Koneng memiliki kearifan lokal yang sudah dijalankan turun menurun dan dilestasikan sampai saat ini. Pembuatan cobek ini diproduksi dengan cara tradisional maupun dengan menggunakan alat, dengan penjualan yang sudah sampai keluar pulau Jawa. Para wisatawan yang mengunjungi Desa Bojong Koneng dapat langsung mengunjungi proses pembuatan cobek dan membelinya di pedagang cobek (Fauzan, 2024).

Kehadiran wisata Bojong Koneng untuk mewujudkan sustainability tourism, untuk pelestarian lingkungan yang secara langsung memberikan dampak positif kepada lingkungan. Masyarakat desa secara langsung terlibat dalam pengelolaan wisata dengan pemberdayaan masyarakat secara bergotong royong mengembangkan desa wisata. Kelompok Sadar Wisata Desa Bojong Koneng dikelola oleh Karang Taruna sebanyak 20 anggota untuk merencanakan, menjalankan dan juga mempromosikan wisatanya, serta menjadi tour guide dalam mengorganisir para wisatawan yang datang. Melalui pengelolaan wisata ini langsung berdampak kepada perekonomian masyarakat dengan bekerjasama dalam peran dan tugasnya masing-masing.

Potensi wisata yang dimiliki oleh Desa Bojong Koneng belum dimaksimalkan oleh para pokdarwis, hal ini dikarenakan dalam mempromosikan wisatanya hanya dipelajari secara otodidak saja, belum adanya pembekalan yang diterima dan diberikan pelatihan kepada para anggota pokdarwis, tidak selaras dengan peluang yang dimanfaatkan masyarakat menjadi pemandu wisata dan mempromosikan wisata dengan keterampilan yang terbatas karena belum mendapatkan pembekalan penggunaan promosi digital, karena hanya mempelajari secara otodidak (Syam & Najib, 2024). Promosi wisata yang digunakan saat ini tergabung dalam publikasi melalui website Jadesta Kemenkraf yang menampilkan kontak pengelola wisata. Namun promosi melalui media digital yang menampilkan seluruh wisata Desa Bojong Koneng belum digunakan, sehingga awareness mengenai wisata masih rendah, karena yang lebih dikenal wilayah Sentul bukan spesifik kepada Desa Bojong Koneng. Jika melihat kategori desa wisata ini, masuk kepada Kategori Rintisan, dimana Desa Wisata Bojong Koneng memiliki urgensi mengembangkan pariwisatanya karena memiliki potensi wisata yang besar melalui atraksi wisata air maupun pendakian dan juga kerajinan cobeknya (Jadesta, n.d.).

Permasalahan prioritas pada mitra yaitu pada pengembangan dalam promosi digital, dimana mitra tidak ada menerapkan inovasi berupa penggunaan website interaktif berbasis storynomic untuk mempromosikan wisatanya. Media digital yang digunakan hanya melalui media sosial namun belum dijalankan dengan maksimal, berupa foto dan video tanpa ada edukasi dan storytelling kepada para viewers maupun calon wisatawan. Penerapan website interaktif berbasis storynomic, atraksi wisata menciptakan pengalaman wisatawan yang mendalam sehingga meningkatkan adanya minat para calon wisatawan untuk mengunjungi Desa Bojong Koneng. Penggunaan storynomic juga turut mendorong perkembangan ekonomi para masyarakat karena

meningkatkan wisatawan yang datang karena sudah memiliki daya tarik wisata melalui pengalaman secara langsung (Edison & Kartika, 2024).

Desa Bojong Koneng memiliki 16 atraksi wisata yang meliputi atraksi air, maupun pemandangan alam berupa pendakian. Atraksi wisata pada Desa Bojong Koneng bertujuan untuk mencapai sustainability tourism. Adapun untuk sustainability tourism berfokus pemanfaatan secara optimal pada sumber daya alam untuk melestarikan lingkungan yang menjadi aspek penting dalam mengembangkan pariwisata, termasuk kepada pelestarian sosial budaya masyarakat setempat (Widiati & Permatasari, 2022).

Kegiatan pengabdian masyarakat ini juga akan membuat website interaktif berbasis storynomic yang akan diserahkan kepada mitra pengabdian masyarakat untuk digunakan sebagai media digital untuk mempromosikan wisatanya, saat ini sedang perampungan website interaktif berbasis storynomic, yaitu dengan link website wisatabojongkoneng.com. Namun pembuatan website ini harus adanya keberlanjutan dalam pengelolaannya, hal ini dikarenakan kelompok sadar wisata Desa Bojong Koneng tidak memiliki keterampilan dalam mengelola promosi digital khususnya pada website interaktif berbasis storynomic. Keterampilan dalam mengelola website menjadi solusi penting bagi kelompok sadar wisata untuk dapat memperluas audiensnya, yang tidak hanya dijangkau untuk wisatawan lokal saja namun juga wisatawan mancanegara (Pratama, 2023).

Website storynomic saat ini sudah banyak digunakan oleh desa wisata dalam mempromosimkan wisatanya. Dampak nyata terlihat pada kapasitas dari pelaku desa wisata, karena memahami pengelolaan konten yang variatif pada website storynomic. Termasuk salah satu yang menerapkan hal ini yaitu pada Pokdarwis Kima Bahari yang menerapkan nilai-nilai lokal dalam pembuatan konten storynomic. Penerapan nilai-nilai tersebut secara langsung turut memberikan identitas nilai budaya desa tersebut (Marsakawati, Wirawan, & Sari, 2025). Selain itu, penerapan website storynomic juga meningkatkan atraksi wisata maupun pengalaman wisata sejak awal dengan naratif dan menarik, yang juga dapat membantu pemandu wisata dalam menceritakan atraksi wisatanya, sebagai panduan dan identitas yang kuat (Valentino, 2023).

Tujuan dari peningkatan keterampilan pada kelompok sadar wisata Desa Bojong Koneng supaya mitra dapat mengelola konten dan mempublikasikan pada website interaktif berbasis storynomic. Sehingga melalui keterampilan ini kelompok sadar wisata dapat mengembangkan konten sesuai dengan kebutuhan wisatanya yang juga turut mewujudkan adanya keberlanjutan wisata. Pelatihan ini juga bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada mitra bagaimana pengembangan konten digital berbasis storynomic yang terkait dengan sejarah, budaya, maupun daya tarik wisatanya.

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan kegiatan ini diikuti oleh 12 peserta yang diselenggarakan Di Desa Bojong Koneng, Bogor. Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini melalui pelatihan pengelolaan konten website interaktif berbasis storynomic. dengan 3 tahapan, yaitu pretest, pemaparan materi dan praktek, serta post-test: (1) Pretest memberikan pertanyaan kepada para peserta mengenai topik pengelolaan website desa wisata yang sudah dipahami selama ini, bertujuan untuk mengetahui bagaimana pemahaman dari para peserta yang merupakan pengelola wisatawan dan juga tourguide Bojong Koneng yang menjadi pemahaman diawal. Pretest berupa pertanyaan-pertanyaan seputar pengelolaan website dan juga konten website; (2) Pemaparan materi dan praktek pengelolaan konten website, pada tahapan pemateri menyampaikan materi

pengelolaan website, dimulai dari pemilihan desain, warna maupun tipe font, dan juga penggunaan fitur-fitur untuk mengelola website. Selain itu dalam pemaparan materi juga disampaikan adanya elemen desain dan prinsip dalam mengelola desain website, serta dalam melakukan pengembangan website; (3) Setelah pemarapan materi ini juga dilakukan praktek kepada seluruh peserta yang langsung membuka dan membedah fitur-fitur pada website yang bertujuan untuk mengenalkan secara langsung apa saja yang dapat dipelajari dan digunakan, selain itu peserta langsung mencoba memasukkan konten dalam website tersebut; (4) Postest, setelah pemaparan materi dan praktek, para peserta menjawab posttest yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang sama dengan pretest untuk mengukur apakah adanya peningkatan pemahaman dari peserta sesudah mendapatkan pemaparan materi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini juga merupakan keberlanjutan tim pelaksana yang berfokus kepada Desa Wisata, dimana sebelumnya kegiatan berfokus kepada pembuatan video interaktif Komunitas Batik Kota Bekasi (KOMBAS) dan pelatihan pemandu wisata lokal dan juga pembuatan konten di media sosial. Kegiatan ini juga bertujuan untuk meningkatkan promosi pariwisata Batik Kota Bekasi (Fitriyani, Rachmawati, & DC, 2025). Kegiatan dimulai dengan menjalankan pre test yang diberikan kepada para peserta pelatihan, yaitu sebanyak 12 peserta yang merupakan kelompok sadar wisata Desa Bojong Koneng yang berfokus kepada pengelolaan konten pada website virtual berbasis storynomic. Peserta menjawab pertanyaan-pertanyaan pre test berdasarkan dengan pemahaman dari para peserta selama ini. Pertanyaan pre test mencakup kepada pemahaman pengelolaan dan tools yang digunakan dalam mengelola konten di website.



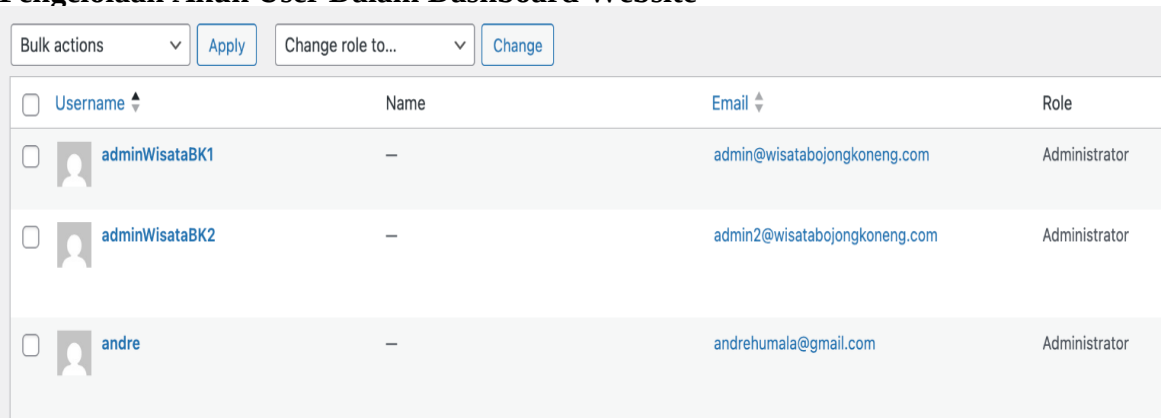
Gambar 1. Kegiatan PKM
Sumber: Tim Pengabdian Masyarakat (2025)

Setelah peserta menjawab semua pertanyaan-pertanyaan pre test, kemudian masuk kepada pemaparan dari narasumber yang juga merupakan tim pembuatan website interaktif berbasis storynomic. Pelatihan dijalankan dengan diskusi interaktif kepada para peserta. Materi yang disampaikan terkait dengan elemen-elemen pada website, desain dan principle website, termasuk kepada penentuan warna desain website, pengembangan pada website, termasuk kepada Teknik pengelolaan website yang digunakan sebagai backoffice peserta yang akan memperbarui dan menambah berbagai konten Desa Bojong Koneng.

Pada akhir penyampaian materi tersebut, fasilitator dan peserta langsung praktek memasukkan konten pada website interaktif berbasis storynomic, sehingga para peserta bisa langsung mencoba dan berdiskusi dengan narasumber. Termasuk kepada berbagai elemen tools pada website Wisata Bojong Koneng. Para peserta langsung praktek ke

dalam dashboard website wisata Bojong Koneng, pemateri menjelaskan satu per satu fitur dan elemen pada website yang menjadi tools para peserta pengelola websitenya. Alur proses penginputan dan pengelolaan konten melalui website yang menjadi penting untuk dipahami oleh para peserta. Beberapa tahapan yang langsung dijelaskan dan dipraktekkan oleh peserta sebagai berikut:

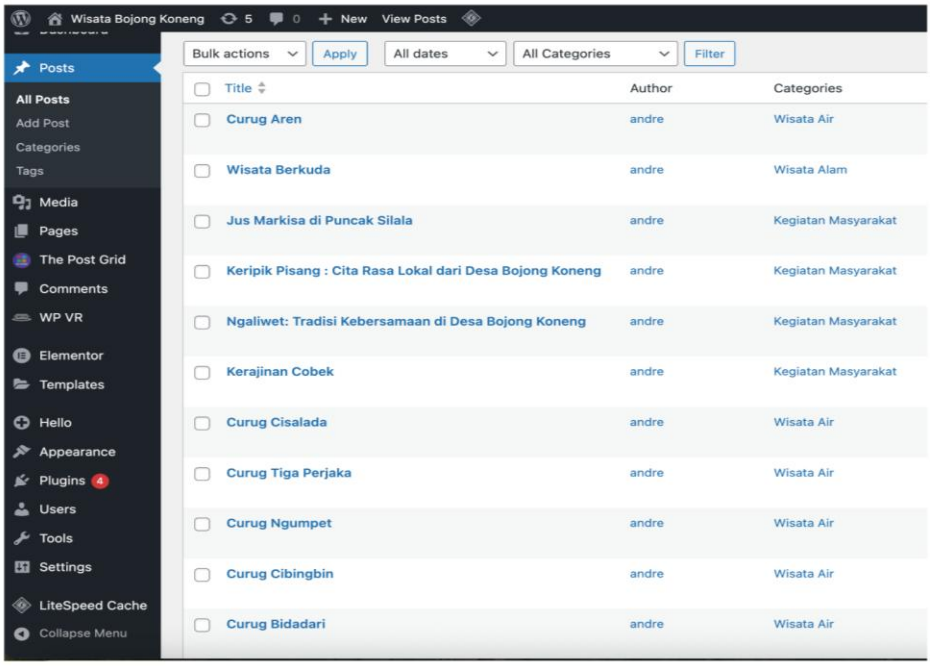
Pengelolaan Akun User Dalam Dashboard Website



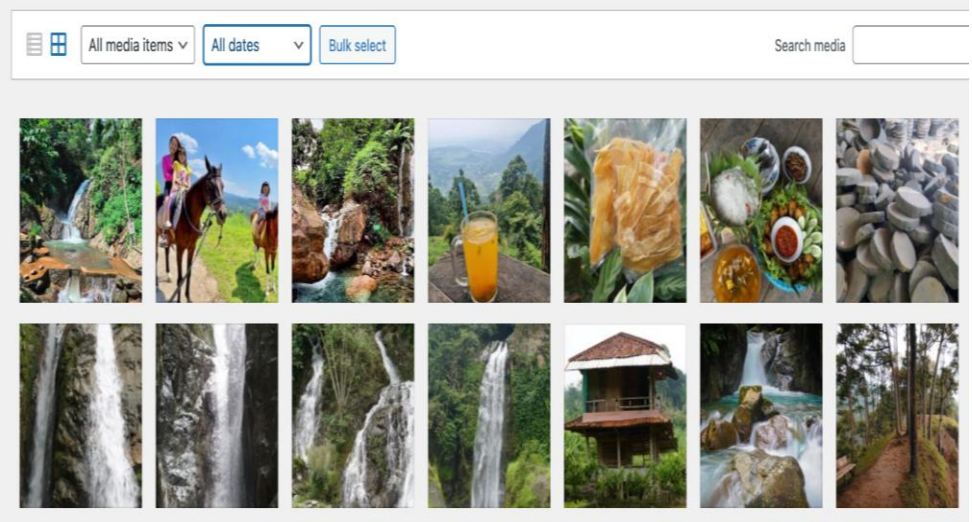
Gambar 3. Dashboard User Website
Sumber: Tim Pengabdian Masyarakat (2025)

Peserta diberikan tahapan cara untuk mengelola akun user yang bertujuan sebagai administrator yang akan mengupdate ataupun memasukkan konten-konten di website wisata bojong koneng. Peserta langsung menentukan siapa saja yang akan menjadi administrator yang didaftarkan dalam akun tersebut.

Dashboard untuk Post Konten Website dan Gallery Foto

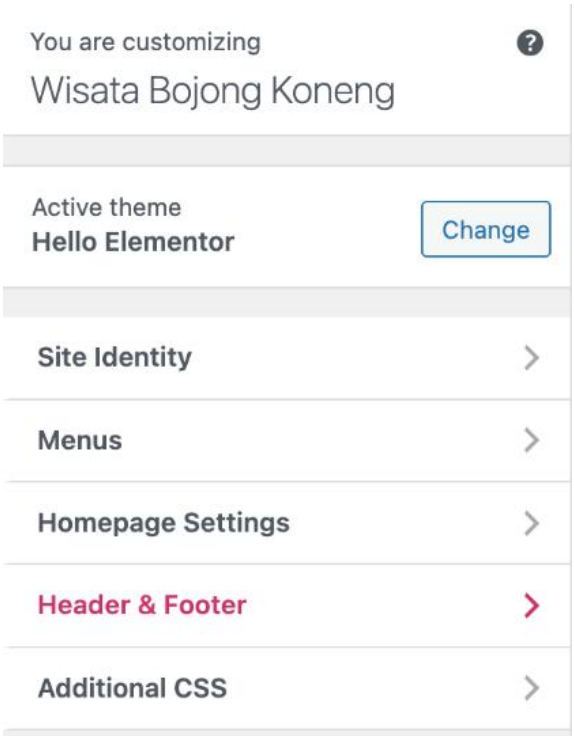


Gambar 4. Dashboard Post Konten Website
Sumber: Tim Pengabdian Masyarakat (2025)



Gambar 5. Dashboard Gallery Foto
Sumber: Tim Pengabdian Masyarakat (2025)

Pada bagian ini para peserta langsung mempraktekkan untuk memposting konten website wisata Bojong Koneng. Peserta langsung mencoba memasukkan konten berupa artikel dan foto yang relevan, termasuk untuk resize foto, pemilihan font dan juga penggunaan warna. Adapun konten yang akan diposting pada website adalah mengenai atraksi wisata, kearifan lokal, dan juga berbagai sejarah yang perlu disampaikan kepada para wisatawan. Hal ini menjadi penting karena untuk website yang akan digunakan dengan berbasis storynomic dengan mengedepankan cerita kepada wisatawan.



Gambar 5. Dashboard Tema dan Layout Website
Sumber: Tim Pengabdian Masyarakat (2025)

Pada penentuan tema dan layout, para peserta juga mendapatkan pemahaman dalam menentukan layout dan warna untuk membuat tampilan dari website tersebut menarik dan mudah untuk digunakan, serta dapat menggambarkan identitas dan daya tarik desa Bojong Koneng. Pentingnya perancangan layout dan tema warna untuk dipahami, karena memerlukan desain yang estetis dan konsisten untuk membuat website wisata Bojong Koneng terlihat profesional dan membuat pengunjung website nyaman dalam menjelajah fitur-fitur konten yang digunakan dengan interaktif.

Setelah pemaparan dan praktek oleh para peserta, maka peserta kembali mengisi posttest untuk mengukur pemahaman peserta setelah mendapat pemaparan materi maupun praktek apakah para pemahaman para peserta mengalami peningkatan. Para peserta mengisi pertanyaan-pertanyaan yang sama dengan pretest namun jawaban yang diberikan tidak lagi berdasarkan pemahaman sebelumnya namun pemahaman dari pemaparan materi dan praktek yang sudah dijalankan.

Para peserta dengan jumlah 12 peserta, merupakan pengelola desa wisata Bojong Koneng dan juga yang akan mengelola media sosial dan website dalam menjalankan promosi digital desa. Kegiatan ini disambut dengan antusias oleh peserta karena mendapatkan pemahaman yang belum pernah diperoleh sebelumnya, apalagi pelatihan ini bermanfaat bagi pengelola untuk mengelola promosi pariwisatanya. Berikut adalah hasil dari pengisian pretest dan juga posttest dari seluruh peserta pelatihan:

Tabel 1. Rekapitulasi Hasil Pre-test dan Post-test

No	Pertanyaan	Skor Pre Test	Skor Post Test	Persentase Peningkatan
1	Media digital untuk mempromosikan desa wisata	50	100	50
2	Pemahaman fungsi penggunaan website	30	80	50
3	Fitur-fitur website	60	80	20
4	Pengembangan fitur website	30	70	40
5	Aplikasi tampilan visual website	60	80	20
6	Aplikasi untuk fitur interaktif pada website	30	60	30
7	Pengelolaan konten website	90	100	10
8	Pemilihan Visual website	80	100	20
9	Domain website	60	100	40
10	Pemahaman tujuan visual penggunaan visual website	70	100	30
11	Tahapan pengelolaan website desa wisata	40	100	60
12	Sistem pemilihan warna dan font pada visual website	30	70	40

Sumber: Tim Pengabdian Masyarakat (2025)

Berdasarkan dengan hasil pretest dan posttest dari masing-masing peserta dengan pertanyaan yang sama, menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dari peserta untuk setiap butir pertanyaan mengenai pengelolaan website desa wisata. Hasil pretest menunjukkan dalam range skor 30-70 dan mengalami peningkatan pada hasil posttest yaitu dalam range skor 60-100. Hal ini menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta mencapai 40-60%. Pada sesi praktek para peserta juga aktif dalam mempelajari dan langsung mencoba fitur-fitur pada pengelolaan konten di website. Hal ini juga menunjukkan peningkatan pemahaman peserta setelah menerima materi turut terimplementasi juga dalam praktek yang berbarengan dengan pemateri.

Dampak dari kegiatan ini yaitu pada pengetahuan maupun keterampilan dari peserta yaitu pemahaman penggunaan promosi digital melalui website, termasuk kepada cara kerja operasional dashboard kerja website, fungsi dan penggunaan fitur pada website dan juga pemilihan dan penentuan desain yang selaras dengan identitas desa. Selain itu juga melalui pemahaman pengelolaan konten di website ini, akan berdampak kepada promosi dan pemasaran yang lebih efektif karena dapat menampilkan identitas dari desa tersebut. Secara langsung juga akan berdampak kepada aspek ekonomi bagi pengelola wisata tersebut karena memperluas jangkauan dari wisatawannya.

Dampak yang diperoleh dari para peserta juga mencakup kepada kemandirian digital pada desa Bojong Koneng, dimana para peserta yang merupakan kelompok sadar wisata atau pokdarwis sudah memiliki kemampuan dan pemahaman dalam pengelolaannya dapat dengan mandiri mengelola konten pada websitenya. Melalui pengelolaan konten ini juga para peserta bisa meningkatkan kolaborasi bagi pelaku wisata baik sebagai pengelola wisatawan, para pedagang dan juga atraksi wisata yang juga mendorong dan mencerminkan adanya kualitas pelayanan dari desa wisata.

Tabel 2. Kepuasaan Peserta Pelatihan

No	Pertanyaan	Sangat Puas	Puas
1	Pelaksanaan PKM dilakukan dengan materi dan fasilitas yang sesuai	12	
2	Materi yang disampaikan oleh tim PKM sesuai dengan kebutuhan dari Desa Bojong Koneng	12	
3	Pembicara pelatihan menyampaikan materi dengan menarik dan menguasai materi	10	2
4	Pembicara dan Tim PKM sangat solutif dalam memandu sesi praktek dan pendampingan pembuatan website	11	1
5	Materi yang disampaikan oleh tim PKM mudah untuk dipahami dan diaplikasikan	12	
6	Pelatihan ini meningkatkan kemampuan saya dalam mengelola website dengan interaktif	12	
7	Pelatihan PKM ini perlu kembali dilaksanakan dimasa mendatang	9	3

Sumber: Tim Pengabdian Masyarakat (2025)

Pada kepuasaan peserta pelatihan, berdasarkan dari table kuesioner diatas menyampaikan bahwa peserta pelatihan puas atas kegiatan pelatihan yang dilaksanakan. Keberlanjutan dalam kegiatan ini, para peserta akan memposting beberapa artikel yang dibuat langsung oleh peserta dan secara mandiri bersama dengan tim pengelolaan konten dan website Desa Bojong Koneng. Bersamaan dengan perampungan website Wisata Bojong Koneng ini dengan melibatkan peserta yang saat serah terima inovasi teknologi ini akan mengelola konten dalam website interaktif tersebut. Sehingga diharapkan peserta tidak hanya mendapatkan peningkatan pemahaman namun juga memiliki pengalaman dengan pendampingan bersama dengan tim pengabdian masyarakat, dari perencanaan, pengelolaan sampai kepada evaluasi.

KESIMPULAN

Berdasarkan dari analisis pelaksanaan kegiatan pelatihan pengelolaan website diatas maka dapat disimpulkan bahwa memberikan dampak positif bagi peserta, dengan situasi awal mitra yang tidak memahami pengelolaan konten di websitenya, namun setelah mendapati materi dan pemahaman dari pemateri, peserta mendapatkan pemahaman dan pengetahuan dalam mengelola konten di website wisata Bojong Koneng berbasis storynomic. Selain itu mampu memahami apa saja kebutuhan konten storynomic yang diperlukan oleh para wisatawan. Peserta tidak hanya menunjukkan adanya pemahaman dari pemaparan dan teoritis saja namun juga dalam prakteknya secara langsung yang dimana website tersebut yang akan digunakan sebagai inovasi teknologi yang digunakan oleh mitra. Sehingga pelaksanaan kegiatan ini memberikan dampak yang signifikan kepada kelompok sadar wisata untuk memperluas jangkauan wisatawannya dan meningkatkan promosi digitalnya.

Adapun saran yang dapat diberikan untuk keberlanjutan dari penggunaan website storynomic ini adalah peserta yang secara langsung merupakan tim dalam pengelolaan konten Desa Wisata Bojong Koneng ini untuk membuat adanya perencanaan konten dalam mempromosikan wisatanya. Perencanaan konten yang dilanjutkan tentu membuat website storynomic ini akan efektif sebagai media promosi yang efektif.

KONFLIK KEPENTINGAN

Pelaksanaan program pelatihan pengelolaan website berbasis *storynomic* di Desa Bojong Koneng merupakan bentuk kontribusi akademik dalam meningkatkan kemampuan promosi digital masyarakat. Penulis menyatakan tidak terdapat kepentingan komersial maupun hubungan pribadi yang dapat memengaruhi pelaksanaan, penilaian keberhasilan, atau penyajian hasil kegiatan. Kolaborasi dengan mitra dilakukan untuk kepentingan pengembangan kapasitas masyarakat.

PERNYATAAN PENGGUNAAN KECERDASAN BUATAN (AI)

Kecerdasan buatan digunakan sebagai pendukung dalam merapikan penyampaian informasi, meninjau ketepatan istilah, serta memperbaiki susunan kalimat agar pembahasan lebih mudah dipahami. Data mengenai pelaksanaan pelatihan, penguasaan fitur website, dan perkembangan keterampilan peserta tetap mengacu pada hasil pengamatan serta evaluasi tim pengabdian. Keputusan akademik dan validitas isi artikel sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

DAFTAR PUSTAKA

Edison, E., & Kartika, T. (2024). Pengembangan Storynomic Tourism dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Pengalaman Wisatawan di Desa Wisata Ciburial. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 29(2), 212-220. https://doi.org/10.30647/jip.v29i2.1816

Fauzan, M. R. (2024). *Bertahan Sejak 1970, Kerajinan Cobek Jadi Mata Pencaharian Warga Garungsang Kabupaten Bogor*. Diakses pada tanggal 22 Januari 2026, from https://radarbogor.jawapos.com/bogor/2408020033/bertahan-sejak-1970-kerajinan-cobek-jadi-mata-pencaharian-warga-garungsang-kabupaten-bogor

Fitriyani, L. R., Rachmawati, D., & DC, Y. P. (2025). Pelatihan Kepemanduan Wisata Lokal dan Pengelolaan Konten Media Sosial pada Pelaku Wisata Komunitas Batik Kota Bekasi (KOMBAS) untuk Meningkatkan Promosi Budaya. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat*, 10(6), 1443-1451. https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v10i6.8846

Jadesta. (t.thn.). *Atraksi trekking curug cibingbin curug bidadari*. Diakses pada tanggal 22 Januari 2026, from https://jadesta.kemenparekraf.go.id/desa/alam_bojong_koneng

Marsakawati, N. P., Wirawan, I. M., & Sari, R. A. (2025). Pelatihan Digital Storynomic Tourism Berbasis Filosofi Nyegara Gunung bagi Pokdarwis Kima Bahari. *Jurnal Widya Laksana*, 14(2), 259-267. https://doi.org/10.23887/jwl.v14i2.104419

Pratama, I. W. (2023). Pelatihan Digital Marketing Untuk Pemasaran Desa Wisata di Kepulauan Wakatobi. *Jurnal Masyarakat Madani Indonesia*, 2(1), 27-32. https://doi.org/10.59025/js.v2i1.60

Rif'an, M., Hanifah, N., Soeprijanto, Djaohar, M., & Parjiman. (2022). Analisis Potensi Pengembangan Pemasaran Online Objek Wisata Desa Bojong Koneng Babakan Madang Kab Bogor Jawa Barat. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat, 3(1), SNPPM2022ST-59 - SNPPM2022ST-64*. Retrieved from https://journal.unj.ac.id/unj/index.php/snppm/article/view/33316

Syam, F. M., & Najib, M. (2024). Pengabdian Masyarakan Dalam Meningkatkan Sumber Daya Manusia Guna Membangun Desa Wisata di Bojong Koneng Kecamatan Babakan Madang Kabupaten Bogor. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Abdi Putra*, 4(1), 65-71. https://doi.org/10.52005/abdiputra.v4i1.183

Valentino, A. (2023). Mapping Research Trend of Storynomics. *ASCTIJ: Art, Science, Culture, and Technology of Indonesian Journal*, 1(1), 46-53. https://doi.org/10.24821/asctij.v1i1.9636

Widiati, I. A., & Permatasari, I. (2022). Strategi Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan (Sustainable Tourism Development) Berbasis Lingkungan Pada Fasilitas Penunjang Pariwisata di Kabupaten Badung. *Jurnal Sarana Komunikasi Dosen dan Mahasiswa*, 16(1), 35-44. https://doi.org/10.22225/kw.16.1.2022.35-44