

3D DESIGN TRAINING AND DIGITAL MARKETING STRATEGY AS AN EFFORT TO INCREASE YOUTH COMPETITIVENESS

PELATIHAN DESAIN 3D DAN STRATEGI PEMASARAN DIGITAL SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN DAYA SAING ANAK MUDA

Hilman Lubis ¹, Anditya ²

¹ Universitas Tjut Nyak Dhien

² RR Education

e-mail: hilmanlubis@utnd.ac.id

Abstract

This community service activity aims to enhance youth competitiveness and economic independence through training in 3D design and digital marketing strategies. The program was motivated by the growing interest of young people in the creative industry, alongside their limited understanding and skills in transforming creativity into real economic opportunities. This activity was a follow-up to the Seminar Muda Kreatif attended by 206 participants at Universitas Tjut Nyak Dhien, featuring Anditya, S.T., a practitioner in animation and multimedia. The implementation method consisted of three stages: preparation, training, and evaluation. During the training stage, participants were introduced to the fundamentals of 3D design using creative software, as well as digital marketing strategies through social media and e-commerce platforms. Evaluation was conducted through questionnaires and assessment of participants' creative outputs. The results indicated an improvement in participants' knowledge and skills in 3D design creation and their ability to promote creative products digitally. Through this training, participants not only gained technical understanding but also entrepreneurial insights that encourage the development of new business opportunities in the digital creative industry. Therefore, this activity contributes to strengthening the university's role as an agent of empowerment and a driver of creative economic growth among young people.

Keywords: 3D design, competitiveness, digital marketing, training, youth

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing dan kemandirian ekonomi anak muda melalui pelatihan desain 3D dan strategi pemasaran digital. Kegiatan ini dilatarbelakangi oleh tingginya minat generasi muda terhadap industri kreatif, namun masih terbatasnya pemahaman dan keterampilan dalam mengubah kreativitas menjadi peluang ekonomi nyata. Kegiatan ini merupakan tindak lanjut dari Seminar Muda Kreatif yang diikuti oleh 206 peserta di Universitas Tjut Nyak Dhien, dengan narasumber Anditya, S.T., seorang praktisi di bidang animasi dan multimedia. Metode pelaksanaan kegiatan meliputi tiga tahap, yaitu persiapan, pelatihan, dan evaluasi. Pada tahap pelatihan, peserta diperkenalkan pada dasar-dasar pembuatan desain 3D menggunakan perangkat lunak kreatif serta strategi pemasaran digital melalui media sosial dan platform e-commerce. Evaluasi dilakukan melalui kuesioner dan penilaian hasil karya peserta. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam pembuatan desain 3D serta kemampuan mempromosikan hasil karya secara digital. Melalui pelatihan ini, peserta tidak hanya memperoleh pemahaman teknis tetapi juga wawasan kewirausahaan yang mendorong terciptanya peluang usaha baru di bidang industri kreatif digital. Dengan demikian, kegiatan ini berkontribusi dalam memperkuat peran perguruan tinggi sebagai agen pemberdayaan dan penggerak ekonomi kreatif di kalangan generasi muda.

Kata kunci: anak muda, daya saing, desain 3D, pelatihan, pemasaran digital

PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi digital mendorong kebutuhan keterampilan baru bagi generasi muda dan pelaku UMKM, terutama pada aspek desain digital dan pemasaran berbasis platform. Di banyak konteks, kemampuan membuat desain promosi dan konten visual sudah menjadi bagian penting dari daya saing usaha, karena membantu pelaku usaha memperkuat identitas produk, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan minat beli konsumen. Sejalan dengan itu, berbagai program pengabdian telah menunjukkan bahwa pelatihan desain dan penggunaan aplikasi praktis

seperti Canva dapat meningkatkan kompetensi desain digital pemuda dan UMKM (Rusmanto et al., 2025), termasuk ketika dipadukan dengan pelatihan pemasaran melalui media sosial seperti TikTok (Hamin et al., 2024).

Selain desain grafis, kebutuhan keterampilan digital juga berkembang pada ranah desain produk dan desain 3D, khususnya untuk mendukung industri kreatif dan kewirausahaan berbasis inovasi. Penguatan kemampuan desain 3D telah dilakukan pada peserta didik SMK untuk meningkatkan kreativitas dan keterampilan vokasional (Alfath & Yufiarti, 2025). Di bidang lain, pelatihan desain digital juga diterapkan pada konteks tata busana untuk mendorong kompetensi desain secara modern dan relevan dengan tuntutan industri (Himmah et al., 2023). Dari sisi UMKM, kajian tentang digitalisasi juga menekankan pentingnya membenahan proses bisnis agar produktivitas meningkat, termasuk pada UMKM berbasis 3D printing (Prabaswari et al., t.t.). Bahkan, penguatan desain produk sering dipasangkan dengan strategi pemasaran agar hasil desain tidak berhenti pada aspek teknis, tetapi mampu menjadi nilai ekonomi (Gumilang et al., 2025). Program pelatihan desain grafis untuk mendukung efektivitas pemasaran digital pada wirausaha di daerah juga menunjukkan bahwa peningkatan skill desain berkorelasi dengan kesiapan pelaku usaha mengelola promosi secara mandiri (Keumala Fadhiela & Satria, 2023).

Meskipun berbagai kegiatan tersebut telah dilakukan, masih terdapat kesenjangan (gap) yang perlu dijawab. Pertama, sebagian program pelatihan cenderung berjalan terpisah: ada yang fokus pada Canva/desain promosi (Rusmanto et al., 2025), ada yang menitikberatkan digital marketing berbasis platform (Hamin et al., 2024), dan ada yang lebih menekankan desain 3D atau desain bidang tertentu (Alfath & Yufiarti, 2025; Himmah et al., 2023). Akibatnya, peserta sering memiliki keterampilan yang parsial—misalnya mampu membuat desain konten, tetapi belum kuat pada desain produk/visualisasi 3D; atau sebaliknya mampu membuat desain, tetapi belum terarah mengubahnya menjadi konten pemasaran yang konsisten. Kedua, sebagian kegiatan lebih menonjol pada pelatihan sekali jalan, sementara kebutuhan lapangan sering menuntut pendampingan berbasis praktik agar peserta benar-benar menghasilkan output yang siap digunakan dalam promosi dan pengembangan usaha (Gumilang et al., 2025; Prabaswari et al., t.t.). Ketiga, masih terbuka ruang untuk program yang secara spesifik menggabungkan penguatan kreativitas desain (termasuk 3D) dan strategi pemasaran digital dalam satu rangkaian yang utuh dan aplikatif bagi pemuda dan UMKM.

Berdasarkan gap tersebut, kegiatan pengabdian ini dirancang sebagai program pelatihan terintegrasi desain 3D dan pemasaran digital bagi generasi muda. Kegiatan ini juga menjadi tindak lanjut dari Seminar Muda Kreatif di Universitas Tjut Nyak Dhien yang diikuti oleh 206 peserta,

sehingga pelatihan difokuskan untuk memperkuat kompetensi lanjutan melalui praktik langsung dan pendampingan.

Kebaruan (novelty) program ini terletak pada: (1) integrasi pelatihan desain 3D/desain produk dengan pembuatan konten promosi (misalnya melalui Canva) dalam satu alur pembelajaran; (2) penekanan pada output nyata berupa prototipe visual/produk desain serta paket konten promosi yang siap dipakai untuk pemasaran digital, sehingga keterampilan desain terhubung langsung dengan kebutuhan branding dan pemasaran (Gumilang et al., 2025; Rusmanto et al., 2025); serta (3) penguatan orientasi produktivitas dan kesiapan implementasi pada ekosistem usaha kreatif, sejalan dengan kebutuhan digitalisasi proses bisnis UMKM (Prabaswari et al., t.t.).

Urgensi kegiatan ini muncul karena generasi muda dan UMKM dihadapkan pada persaingan yang semakin kuat di ruang digital. Tanpa keterampilan desain dan pemasaran digital yang memadai, pelaku usaha akan sulit membangun identitas produk, menghasilkan konten promosi yang menarik, dan mempertahankan perhatian konsumen di platform digital. Pelatihan yang menggabungkan kompetensi desain dan pemasaran menjadi penting untuk memperkuat kesiapan pemuda sebagai calon wirausahawan sekaligus membantu UMKM meningkatkan kualitas promosi dan nilai tambah produk (Hamin et al., 2024; Keumala Fadhiela & Satria, 2023).

Dengan demikian, tujuan kegiatan pengabdian ini adalah: (1) meningkatkan kompetensi pemuda dalam desain digital, khususnya desain 3D/desain produk dan desain konten promosi; (2) meningkatkan kemampuan peserta dalam menyusun materi promosi dan strategi pemasaran digital yang aplikatif; serta (3) menghasilkan luaran praktis berupa rancangan desain dan konten pemasaran yang dapat digunakan untuk mendukung aktivitas kewirausahaan dan pengembangan UMKM (Rusmanto et al., 2025; Gumilang et al., 2025; Hamin et al., 2024).

METODE PENERAPAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat berjudul “Pelatihan Desain 3D dan Strategi Pemasaran Digital sebagai Upaya Meningkatkan Daya Saing Anak Muda” dilaksanakan melalui tiga tahap utama, yaitu persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Metode yang digunakan bersifat partisipatif dan aplikatif, sehingga peserta tidak hanya menerima materi secara teoritis, tetapi juga terlibat dalam praktik langsung dengan pendampingan dari narasumber dan tim pelaksana.

Pada tahap persiapan, tim pengabdian melakukan koordinasi dengan narasumber serta mitra, seperti praktisi desain dan pelaku industri kreatif, untuk memastikan materi yang

disampaikan relevan dengan kebutuhan peserta. Selanjutnya, disusun modul pelatihan yang memuat dua fokus utama, yakni pengenalan dan praktik pembuatan desain 3D menggunakan perangkat lunak kreatif (misalnya Canva 3D, SketchUp, atau Blender) serta strategi pemasaran digital melalui media sosial dan platform e-commerce. Rekrutmen peserta dilakukan melalui pendaftaran Google Form dan publikasi di media sosial kampus dengan sasaran mahasiswa dan anak muda yang berminat mengembangkan keterampilan kreatif digital. Selain itu, tim juga menyiapkan sarana pendukung kegiatan, seperti ruang pelatihan, perangkat komputer atau laptop, proyektor, serta jaringan internet yang stabil agar pelatihan berjalan efektif.

Tahap pelaksanaan dilakukan dalam bentuk pelatihan tatap muka interaktif yang memadukan metode workshop, demonstrasi, dan hands-on practice. Materi pelatihan dimulai dengan sesi desain 3D, yaitu peserta diperkenalkan pada konsep dasar desain tiga dimensi, teknik pemodelan objek sederhana, serta pemanfaatan desain 3D untuk promosi produk dan pembuatan konten digital. Selanjutnya, peserta mengikuti sesi strategi pemasaran digital yang menekankan aspek branding, pembuatan konten kreatif, serta optimalisasi media sosial untuk memperluas jangkauan pasar. Pada sesi ini, peserta juga memperoleh pembekalan teknis mengenai pemanfaatan platform seperti Instagram, TikTok, dan Shopee sebagai media promosi. Setelah itu, kegiatan dilanjutkan dengan sesi praktik dan pendampingan, di mana peserta dibimbing menghasilkan karya desain 3D sekaligus menyusun rencana pemasaran digital yang aplikatif. Pada bagian akhir pelatihan, peserta mempresentasikan hasil karyanya untuk mendapatkan umpan balik langsung dari narasumber dan tim pengabdian sehingga kualitas karya serta rencana pemasaran dapat disempurnakan.

Tahap evaluasi dilakukan untuk menilai efektivitas program dan tingkat pemahaman peserta setelah mengikuti pelatihan. Evaluasi dilakukan melalui penyebaran kuesioner yang mengukur kepuasan peserta dan peningkatan pengetahuan dengan skema pre-test dan post-test. Selain itu, tim melakukan observasi terhadap luaran peserta, baik dari sisi kualitas desain 3D yang dihasilkan maupun kelengkapan strategi pemasaran digital yang disusun. Evaluasi juga diperkuat dengan diskusi reflektif untuk mengidentifikasi kendala yang dialami peserta selama pelatihan serta menggali peluang tindak lanjut, misalnya melalui pembentukan komunitas kreatif muda di lingkungan kampus sebagai wadah kolaborasi dan pengembangan keterampilan secara berkelanjutan.

TAHAPAN PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat “*Pelatihan Desain 3D dan Strategi Pemasaran Digital sebagai Upaya Meningkatkan Daya Saing Anak Muda*” dilaksanakan melalui beberapa tahapan yang dirancang secara sistematis agar tujuan kegiatan dapat tercapai secara optimal. Adapun tahapan pelaksanaan kegiatan ini meliputi:

1. Tahap Persiapan

Tahap persiapan dilakukan sebelum pelaksanaan kegiatan inti. Pada tahap ini, tim pengabdian terlebih dahulu menyusun perencanaan program dengan menetapkan topik pelatihan, menentukan sasaran peserta, serta membagi peran dan tugas antaranggota tim pelaksana agar kegiatan berjalan terarah. Selanjutnya, tim melakukan koordinasi dengan narasumber utama, yaitu Anditya, S.T., selaku praktisi di bidang desain 3D dan multimedia, untuk menyusun alur materi yang sesuai dengan kebutuhan peserta. Materi pelatihan kemudian disiapkan dalam dua bagian, yaitu pengenalan dan praktik dasar pembuatan desain 3D, serta penerapan strategi pemasaran digital untuk mengoptimalkan hasil karya kreatif agar memiliki nilai promosi dan potensi komersial.

Pada tahap ini juga dilakukan sosialisasi dan rekrutmen peserta melalui media sosial serta jaringan mahasiswa. Kegiatan sosialisasi tersebut berhasil menjaring sebanyak 206 peserta yang berasal dari kalangan mahasiswa dan pemuda kreatif. Selain itu, tim menyiapkan aspek teknis dan logistik guna mendukung kelancaran kegiatan pelatihan yang dilaksanakan di Universitas Tjut Nyak Dhien Medan, meliputi penyiapan lokasi kegiatan, perangkat komputer, ketersediaan jaringan internet, serta kebutuhan dokumentasi selama pelaksanaan program.

2. Tahap Pelaksanaan Kegiatan

Tahap pelaksanaan merupakan inti dari program pengabdian yang dilaksanakan secara interaktif melalui metode workshop dan hands-on practice. Kegiatan diawali dengan sesi pengenalan desain 3D dan praktik dasar, di mana narasumber menjelaskan konsep desain tiga dimensi serta mendemonstrasikan pembuatan model sederhana menggunakan perangkat lunak seperti SketchUp, Blender, atau Canva 3D. Setelah itu, peserta melakukan praktik langsung dengan pendampingan instruktur agar memahami langkah-langkah teknis secara bertahap dan dapat menghasilkan model 3D sederhana secara mandiri.

Selanjutnya, kegiatan dilanjutkan pada sesi strategi pemasaran digital dan branding produk. Pada sesi ini, peserta memperoleh pembekalan mengenai strategi pemasaran digital,

pembuatan konten kreatif, pengelolaan merek, serta cara mengoptimalkan penggunaan media sosial dan platform digital seperti Instagram, TikTok, Shopee, dan platform lain yang relevan untuk memasarkan produk berbasis desain digital. Materi disampaikan dengan menekankan aspek aplikatif, sehingga peserta memahami bagaimana hasil desain dapat dikemas menjadi konten promosi yang menarik dan sesuai dengan kebutuhan pasar.

Pada sesi terakhir, peserta mengikuti praktik integratif dan pendampingan bisnis kreatif. Peserta diminta menggabungkan keterampilan desain 3D dengan strategi pemasaran digital dalam bentuk mini project, sehingga mereka tidak hanya menghasilkan karya desain, tetapi juga menyusun konsep pemasaran yang dapat diterapkan. Hasil mini project kemudian dipresentasikan pada akhir sesi untuk memperoleh umpan balik dan masukan langsung dari narasumber serta tim pengabdian sebagai bahan perbaikan dan penyempurnaan karya maupun strategi promosi yang dirancang.

3. Tahap Evaluasi dan Refleksi

Tahap evaluasi dilaksanakan setelah seluruh rangkaian pelatihan selesai untuk menilai tingkat keberhasilan dan dampak kegiatan terhadap peserta. Evaluasi dilakukan dengan mengukur capaian hasil belajar melalui pre-test dan post-test, sehingga peningkatan pemahaman peserta terkait desain 3D dan pemasaran digital dapat diketahui secara lebih objektif. Selain itu, tim pengabdian juga melakukan penilaian terhadap hasil karya peserta dengan mempertimbangkan aspek kreativitas, keaslian ide, serta kemampuan peserta dalam menerapkan strategi pemasaran digital pada karya yang dibuat.

Untuk melengkapi penilaian, peserta diberikan kuesioner kepuasan guna memperoleh masukan mengenai efektivitas materi, metode pelatihan, serta proses pendampingan selama kegiatan berlangsung. Hasil evaluasi kemudian diperkuat melalui refleksi bersama antara tim, narasumber, dan peserta sebagai dasar perbaikan program ke depan. Sebagai bentuk tindak lanjut, direncanakan pembentukan komunitas Muda Kreatif Digital yang berfungsi sebagai wadah pengembangan keterampilan lanjutan, berbagi pengalaman, serta kolaborasi peserta dalam proyek-proyek kreatif berikutnya.

HASIL DAN KETERCAPAIAN SASARAN

Pelaksanaan pelatihan menunjukkan hasil yang positif, terutama pada peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta.

Tabel 1. Hasil kegiatan pelatihan

Aspek Hasil	Indikator Keberhasilan	Kondisi Awal (Sebelum Pelatihan)	Hasil Setelah Pelatihan	Capaian
Peningkatan pengetahuan & keterampilan	Peserta memahami konsep dasar desain 3D dan strategi pemasaran digital	Sebagian besar peserta belum memahami teknik dasar desain 3D dan pemanfaatan media sosial untuk promosi	Peserta menunjukkan peningkatan pemahaman berdasarkan pre-test–post-test; peserta mampu mempraktikkan pembuatan desain visual sederhana	>85%
Implementasi strategi digital marketing	Peserta mampu membuat konten promosi dan mulai mengelola akun bisnis digital	Belum terbiasa membuat konten promosi dan mengelola akun bisnis	Peserta membuat konten promosi serta mulai mengelola akun bisnis di platform digital (mis. Instagram, TikTok)	70%
Keberlanjutan program	Terbentuk wadah/komunitas pasca pelatihan	Belum ada wadah kolaborasi terstruktur	Terbentuk komunitas Muda Kreatif Digital sebagai wadah belajar, kolaborasi, dan pengembangan usaha kreatif	Terbentuk (ya)

Sumber: penulis (2025)

Berdasarkan evaluasi pre-test dan post-test, terlihat adanya peningkatan yang signifikan dalam pemahaman peserta mengenai konsep desain 3D serta strategi pemasaran digital. Sebelum pelatihan, sebagian besar peserta masih belum memahami teknik dasar pembuatan desain 3D maupun cara memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi produk. Namun setelah kegiatan berlangsung, lebih dari 85% peserta telah mampu membuat desain visual sederhana menggunakan

aplikasi Canva 3D dan Blender, serta memahami tahapan dalam merancang strategi pemasaran digital yang lebih efektif.

Selain peningkatan keterampilan teknis, kegiatan ini juga berdampak pada peningkatan kreativitas dan inovasi peserta. Hal tersebut terlihat dari karya yang dihasilkan selama pelatihan, seperti pembuatan logo, desain kemasan produk, hingga model promosi digital berbasis desain 3D. Beberapa peserta bahkan mulai mengunggah karya mereka ke media sosial dan memperoleh respons positif dari audiens, yang menunjukkan bahwa peserta mulai mampu mengintegrasikan kreativitas desain dengan pendekatan digital marketing secara nyata.

Dari sisi implementasi pemasaran digital, peserta memperoleh pengalaman langsung dalam membuat konten promosi dan mengelola akun bisnis di platform seperti Instagram dan TikTok. Hasil praktik menunjukkan bahwa sekitar 70% peserta berhasil membuat akun bisnis dan mulai memasarkan hasil desain atau produk mereka secara daring. Capaian ini menunjukkan bahwa pelatihan tidak hanya meningkatkan pemahaman, tetapi juga mendorong peserta untuk mulai mengaplikasikan strategi pemasaran digital secara langsung.

Sebagai bentuk keberlanjutan program, kegiatan ini juga menghasilkan tindak lanjut berupa terbentuknya komunitas Muda Kreatif Digital. Komunitas ini dirancang sebagai wadah bagi peserta untuk terus belajar, saling berbagi pengalaman, berkolaborasi dalam proyek kreatif, serta mengembangkan usaha berbasis desain dan pemasaran digital. Keberadaan komunitas ini diharapkan dapat menjadi penggerak penguatan ekosistem ekonomi kreatif, baik di lingkungan kampus maupun masyarakat sekitar.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berhasil dilaksanakan dengan baik sesuai dengan tujuan yang telah direncanakan. Pelaksanaan program *“Pelatihan Desain 3D dan Strategi Pemasaran Digital sebagai Upaya Meningkatkan Daya Saing Anak Muda”* mendapat antusiasme yang tinggi dari peserta. Berdasarkan data kehadiran, kegiatan ini diikuti oleh 206 peserta yang terdiri atas mahasiswa, pelaku usaha muda, serta masyarakat umum yang tertarik pada bidang desain dan pemasaran digital.

Kegiatan ini dinilai berhasil mencapai sasaran yang telah ditetapkan. Sasaran utama berupa peningkatan kompetensi kaum muda dalam bidang desain 3D dan strategi pemasaran digital tercapai dengan baik. Hal ini terlihat dari peningkatan hasil evaluasi peserta serta kualitas karya yang mampu dihasilkan setelah mengikuti pelatihan, baik pada aspek pemahaman konsep maupun kemampuan praktik.

Selain itu, sasaran tambahan untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan dan kemandirian ekonomi di kalangan anak muda juga tercapai pada sebagian besar peserta. Indikasinya tampak dari

adanya inisiatif peserta untuk mulai memasarkan karya atau produk mereka secara daring, termasuk melalui pemanfaatan platform media sosial dan akun bisnis yang dibuat selama sesi praktik.

Dari sisi institusional, kegiatan ini turut menguatkan peran universitas sebagai pusat pemberdayaan masyarakat, khususnya dalam pengembangan ekonomi kreatif. Capaian tersebut ditunjukkan melalui terbangunnya sinergi kolaboratif antara dosen, praktisi, dan mahasiswa dalam perencanaan hingga pelaksanaan kegiatan, sehingga program tidak hanya berdampak pada peserta, tetapi juga memperkuat kontribusi perguruan tinggi dalam pengembangan kapasitas masyarakat.



Gambar 2. Kegiatan pengabdian masyarakat

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berhasil dilaksanakan dengan baik dan memberikan dampak positif terhadap peningkatan kompetensi serta daya saing generasi muda di era ekonomi digital. Melalui pelatihan desain 3D dan strategi pemasaran digital, peserta memperoleh keterampilan praktis yang dapat diterapkan baik dalam konteks akademik maupun dunia kerja. Pelatihan ini tidak hanya meningkatkan pemahaman peserta mengenai teknik pembuatan desain 3D, tetapi juga memberikan wawasan baru tentang bagaimana mengembangkan kreativitas menjadi peluang ekonomi melalui pemasaran digital. Peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi dan mampu menghasilkan karya desain yang inovatif serta mulai mempraktikkan strategi pemasaran produk secara daring. Kegiatan ini juga berkontribusi pada penguatan peran perguruan tinggi sebagai agen pemberdayaan masyarakat, khususnya dalam mendukung pengembangan ekonomi kreatif berbasis teknologi digital. Dengan terbentuknya komunitas Muda Kreatif Digital, diharapkan pelatihan ini menjadi awal dari kolaborasi berkelanjutan antara

mahasiswa, dosen, dan praktisi industri untuk menciptakan generasi muda yang kreatif, inovatif, dan mandiri secara ekonomi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pelaksana kegiatan pengabdian kepada masyarakat mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Universitas Tjut Nyak Dhien atas dukungan dan fasilitasi yang diberikan dalam pelaksanaan kegiatan “Pelatihan Desain 3D dan Strategi Pemasaran Digital sebagai Upaya Meningkatkan Daya Saing Anak Muda.” Semoga kegiatan ini dapat memberikan manfaat berkelanjutan bagi pengembangan keterampilan dan daya saing generasi muda serta menjadi inspirasi bagi pelaksanaan program pengabdian berikutnya di Universitas Tjut Nyak Dhien.

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, A. H., Amsari, S., & Hayati, I. (2023). Digital marketing training by Lazismu Medan City to increase the MSMEs competitiveness. *Community Empowerment*, 8(5), 676–681. <https://doi.org/10.31603/ce.9122>
- Alfath, N., & Yufiarti, Y. (2025). Penguatan Kemampuan Desain 3 Dimensi (3 D) untuk Meningkatkan Kreativitas pada Siswa Sekolah Menengah Kejuruan Di Bekasi. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 6(2), 1911-1916.
- Gumilang, S. F. S., Miptahudin, R. A., & Yani, M. F. (2025). Pelatihan Desain Produk dan Pemasaran buat Kaligrafi Geometris. *NJCOM: Community Service Journal*, 1(2), 42-47.
- Hamin, D. I., Taan, H., & Ahmad, R. (2024). Peningkatan Keterampilan Pemasaran Bagi Pelaku UMKM Melalui Pelatihan Digital Marketing, Desain Grafis Berbasis Tiktok Dan Canva Di Desa Taluduyunu. *Celebes Journal of Community Services*, 3(2), 235-244.
- Handayani, I. P., Haryanti, P., Septiana, A. T., Sulisty, S. B., Etnanta, Y. C., & Setiyawan, A. (2022). Pelatihan dalam upaya peningkatan pengetahuan dan ketrampilan digital marketing bagi umkm di purbalingga. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 6(1), 152. <https://doi.org/10.31764/jmm.v6i1.6141>
- Himmah, L. N., Mahanani, C., & Elvera, R. S. (2023). Pelatihan Pembuatan Desain Busana Secara Digital Bagi Peserta Didik SMK Tata Busana di Yogyakarta. *Abdi Seni*, 14(1), 52-59.
- Keumala Fadhiela, A. S., & Satria, A. (2023). Pelatihan Desain Grafis Untuk Meningkatkan Efektivitas Pemasaran Digital Dalam Berwirausaha Di Kabupaten Aceh Barat. *Journal Pengabdian Multi Disiplin*, 1.
- Kovas, K., Perikos, I., Grivokostopoulou, F., & Hatzilygeroudis, I. (2020). *Biz4Fun, a Virtual 3D World for teaching Entrepreneurship Skills*. 1(1), 16–19. <https://doi.org/10.26220/IISA.3342>
- Mejia-Trejo, J. (2018). Designing a digital marketing model innovation to increase the competitiveness. First insights in Mexico. *Nova Scientia*, 10(20), 569–591. <https://doi.org/10.21640/NS.V10I20.1160>
- Millaningtyas, Restu. Canva Application Training As A Marketing Digitalization Medium For Smes In Dinoyo Village. (2023). *Dinamisia*, 7(3), 878–887. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v7i3.14524>
- Prabaswari, A. D., Waskita, F. A., Santoso, D. W., & Sutrisno, W. Optimalisasi Proses Bisnis pada Digitalisasi untuk Meningkatkan Produktivitas UKM “Toolsku 3D Printing”.137.
- Rusmanto, D. E., Eswono, E. S. P., & Rofi’ah, Z. (2025). Pelatihan Canva Untuk Meningkatkan Kompetensi Desain Digital Pemuda dan UMKM di Desa 3D. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*



Nusantara,

5(1),

46-60.

<https://ojs.unpkediri.ac.id/index.php/dimastara/article/view/27101>

Wiediawati, A. M. (2019). *Pelatihan Pelatihan Digital Marketing Strategy Untuk Mencapai Kemandirian Masyarakat*. 3(1). <https://doi.org/10.31849/DINAMISIA.V3I1.2676>

Yuangga, K. D. (2023). Transformasi Digital dalam Pendidikan Ekonomi: Menyiapkan Generasi Muda untuk Menghadapi Tantangan Ekonomi Digital. *JIIP (Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan)*, 6(6), 4507–4517. <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i6.2410>