ABSTRAK

Tingkat literasi yang rendah di Indonesia, terutama dalam membaca dan menulis, merupakan masalah signifikan yang memerlukan perhatian khusus. Budaya literasi yang belum berkembang, ditambah dengan rendahnya minat baca di tengah pesatnya perkembangan teknologi, menjadi tantangan utama. Komunitas Pena Zillenial hadir untuk meningkatkan minat baca masyarakat di Indonesia dan mengembangkan keterampilan menulis dan berpikir kritis masyarakat. Penelitian ini bertujuan mengeksplorasi kegiatan Komunitas Pena Zillenial dalam mendukung literasi dan minat baca. Metode yang digunakan meliputi wawancara dengan pendiri komunitas serta analisis program-program yang telah dilaksanakan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pena Zillenial berhasil menerapkan aktivitas *Social Media Marketing* dengan fokus pada interaktivitas, *informativeness*, personalisasi, dan *trendliness* melalui program literasi "Penzi Goes To TBM". Rekomendasi penelitian menyarankan agar Komunitas Pena Zillenial lebih memaksimalkan penggunaan media sosial dengan strategi pemasaran yang menekankan pada peningkatan keterlibatan pengguna dan penyebaran informasi literasi secara luas. Upaya ini diharapkan dapat meningkatkan minat baca dan budaya literasi di kalangan masyarakat Indonesia, terutama generasi muda.

Kata Kunci: Literasi, Pena Zillenial, Social Media Marketing