

ABSTRAK

Zaman digital mendukung masyarakat, salah satunya adalah dalam hal perkembangan kreativitas dalam berinteraksi melalui media sosial. Terjadinya pandemi *covid-19* selama tahun 2019-2022 memberikan dampak dalam perkembangan teknologi, beberapa diantaranya adalah pembatasan interaksi langsung yang menyebabkan berkurangnya interaksi sosial yang terjadi di masyarakat, serta fenomena pemutusan hak kerja yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengurangi kerugian ekonomi yang diterima. Perkembangan teknologi komunikasi kemudian semakin berkembang pasca pandemi, ditandai oleh perusahaan yang mulai mengadaptasikan strategi komunikasi dengan publiknya dengan memanfaatkan media sosial. Konten *digital storytelling* menjadi salah satu opsi bagi perusahaan untuk berkomunikasi dengan publiknya salah satunya adalah konten *A Day in My Life at Company* di mana perusahaan membagikan informasi-informasi seputar suasana bekerja dan fasilitas mereka melalui video pendek berdurasi 1-3 menit. Menggunakan metode penelitian kuantitatif, peneliti ingin meneliti bagaimana pengaruh *digital storytelling* pada konten *A Day in My Life at Company* pada aplikasi *TikTok* terhadap minat mendaftar kerja pada *jobseeker* khususnya pada generasi Z. Berdasarkan hasil penelitian, didapatkan nilai pengaruh sebesar 67% terhadap minat mendaftar pekerjaan, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel *digital storytelling* pada konten *TikTok A Day in My Life at Company* dalam menarik minat mendaftar kerja pada generasi Z.

Kata Kunci: *Digital storytelling, TikTok, Minat, Generasi Z*