ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Parasocial Relationship* terhadap *Employee Well-being* dengan Motivasi Kerja sebagai variabel mediasi pada karyawan Gen Z di industri kreatif Indonesia. Fenomena pengaruh parasosial semakin berkembang seiring meningkatnya penggunaan media sosial, khususnya pada Gen Z yang memiliki keterikatan tinggi dengan figur publik maupun *content creator*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 100 karyawan Gen Z yang bekerja di industri kreatif Indonesia. Analisis data dilakukan menggunakan *Structural Equation Modeling-Partial Least Squares* (SEM-PLS) dengan bantuan perangkat lunak *SmartPLS* 4.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Parasocial Relationship* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Motivasi Kerja. Selain itu, Motivasi Kerja juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Employee Well-being.* Namun, *Parasocial Relationship* tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap *Employee Well-being*. Hasil pengujian mediasi menunjukkan bahwa Motivasi Kerja mampu memediasi secara penuh (*full mediation*) pengaruh antara *Parasocial Relationship* dan *Employee Well-being*. Temuan ini mengindikasikan bahwa pengaruh parasosial yang dimiliki karyawan Gen Z tidak secara langsung meningkatkan kesejahteraan kerja, melainkan terlebih dahulu meningkatkan Motivasi Kerja yang kemudian berkontribusi terhadap peningkatan *Employee Well-being.*

Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan literatur Manajemen Sumber Daya Manusia dan perilaku organisasi dengan memperluas kajian *Parasocial Relationship* dalam konteks organisasi. Selain itu, penelitian ini mendukung *Self-Determination Theory* yang menjelaskan bahwa pengaruh parasosial dapat berperan sebagai sumber keterpengaruh psikologis yang meningkatkan motivasi kerja dan pada akhirnya berdampak pada kesejahteraan kerja karyawan Gen Z.

Kata Kunci: *Parasocial Relationship*, Motivasi Kerja, *Employee Well-being*, Gen Z.

FEB UNDIP