



DARI ISTANA MENUJU *PLATFORM*: HERMENEUTIK MISIONAL ESTER BAGI *CONTENT CREATOR* KRISTEN

Oleh :

^{*1}Eva Nurwiyati dan ^{*2}Putri Merdekawati

^{*12} STT Gamaliel

Email : ^{*1}evanurwiyati82@gmail.com, ^{*2}putrimer@gmail.com

Informasi Artikel

Diserahkan :

12 Agustus 2026

Diterima :

27 September 2026

Dipublikasi :

27 September 2026

Kata kunci :

hermeneutik missional,
Kitab Ester, *content
creator* Kristen, budaya
algoritmik, *Esther
Missional Framework*.

ABSTRAK

Perkembangan *creator economy* dan budaya algoritmik telah mengubah cara individu membangun identitas, menghasilkan konten, memperoleh visibilitas, dan membangun pengaruh di ruang digital. Di tengah peluang tersebut, *content creator* Kristen menghadapi berbagai tekanan yang dapat memunculkan krisis *purpose* dan pergeseran orientasi dari makna menuju performa. Penelitian ini bertujuan membangun kerangka teologis bagi *content creator* Kristen. Metode penelitian menggunakan hermeneutik naratif-missional Kitab Ester. Hasil penelitian menunjukkan bahwa posisi Ester sebagai ratu tidak berhenti pada status atau keuntungan pribadi, tetapi menjadi ruang *stewardship* dan panggilan untuk berpartisipasi dalam karya Allah bagi keselamatan bangsanya. Berdasarkan pembacaan tersebut, penelitian ini mengusulkan *Esther Missional Framework* yang terdiri atas lima dimensi utama, yaitu *identity*, *calling*, *discernment*, *courage*, dan *mission*. Kerangka ini menggeser orientasi *content creator* Kristen dari pencarian popularitas menuju kesetiaan terhadap panggilan. *Platform* digital tidak dipahami sebagai sumber identitas maupun tujuan akhir, melainkan sebagai ruang *stewardship* yang dapat digunakan untuk berpartisipasi dalam misi Allah.

ABSTRACT

The development of the creator economy and algorithmic culture has transformed the ways individuals construct identity, produce content, gain visibility, and exercise influence in digital spaces. Amid these opportunities, Christian content creators face various pressures which may lead to a crisis of purpose and a shift from meaning-oriented creativity toward performance-oriented production. This study aims to construct a theological framework for Christian content creators. The research method uses a narrative-missional hermeneutic of the Book of Esther. The findings demonstrate that Esther's position as queen was not merely a status or personal privilege but became a space of stewardship and calling through which she

Keyword :
missional hermeneutics,
Book of Esther, Christian
content creators,
algorithmic culture,
Esther Missional
Framework.

participated in God's work for the salvation of her people. Based on this reading, the study proposes the Esther Missional Framework, consisting of five major dimensions: identity, calling, discernment, courage, and mission. This framework shifts the orientation of Christian content creators from pursuing popularity toward faithfulness to their calling. Digital platforms are not understood as sources of identity or ultimate ends, but as spaces of stewardship that can be utilized to participate in God's mission. Therefore, the success of Christian content creators should not be measured solely by reach, engagement, and monetization, but primarily by faithfulness, integrity, relationships, and the missional impact generated for individuals and communities.

PENDAHULUAN

Teknologi digital mengalami kemajuan pesat yang berdampak pada perubahan cara manusia berkomunikasi, bekerja, membangun identitas, saling berinteraksi serta mengekspresikan diri. Perubahan ini disertai munculnya fenomena *content creator* yang membuka peluang kepada siapa saja untuk membangun pengaruh, dikenal secara luas serta kesempatan memperoleh pendapatan.¹ Muncul istilah yang disebut *creator economy*, yaitu ekosistem baru yang memungkinkan individu berkreasi, menghasilkan karya, membagikan dan memonetisasi konten mereka langsung bagi audiens melalui berbagai platform digital seperti *YouTube*, *Instagram*, *TikTok* dan sebagainya.² Dalam ekosistem ini, individu tidak hanya berfungsi sebagai konsumen media, tetapi sekaligus sebagai produsen, pemasar, personal brand dan pengelola komunitas digital. Platformisasi produksi budaya telah membuat proses produksi dan distribusi konten semakin bergantung pada infrastruktur platform serta umpan balik pengguna yang diproses melalui data dan algoritma.³ Perubahan teknologi digital bukan sekadar perubahan teknologi komunikasi, tetapi juga membuka sebuah ruang misi baru bagi para *content creator* Kristen.

Di tengah peluang yang besar tersebut, muncul pula berbagai tekanan (*pressure*) yang tidak dapat dihindari, mulai dari tuntutan konsistensi produksi, ekspektasi audiens, persaingan yang ketat, ketergantungan pada algoritma, ekonomi visibilitas, dan ambivalensi antara logika kapitalis platform dengan potensi politik (misalnya *feminis YouTubers*).⁴ Tekanan tersebut juga berkaitan dengan persoalan identitas. Dalam ekonomi digital, diri kreator bisa menjadi komoditas dengan melakukan pekerjaan emosional terhadap dirinya sendiri dengan

¹ Hasiholan Marulitua, "Tinjauan Etika Kristen Terhadap Peran Konten Kreator di Era Digital Berdasarkan Konsep Imago Dei," *Jurnal Teologi Anugerah* 14 (2005): 20–26.

² "Rise of the Creator Economy, Teknologi Di Balik Konten Digital," n.d.

³ David B Nieborg and Thomas Poell, "The Platformization of Cultural Production: Theorizing the Contingent Cultural Commodity," *New Media & Society* 20, no. 11 (November 2018): 4275–4292.

⁴ Mohammed Foysal Chowdhury, "Book Review: Creator Culture: An Introduction to Social Global Media Entertainment," *Media International Australia* 189, no. 1 (November 2023): 144–145.

memindahkan batas antara kehidupan privat dan ruang publik. Menurut Christensen, Gyrd-Jones dan Beverland, *digital influencers* mengalami proses dialektis antara pemberdayaan *personal brand* dan eksploitasi diri. Sehingga dapat dikatakan, kemampuan menjadikan diri sebagai *brand* sekaligus dapat menghasilkan bentuk *self-exploitation*.⁵ Tekanan dalam ekosistem digital menunjukkan bahwa posisi sebagai *content creator* bukan hanya menghadirkan peluang untuk memperoleh pengaruh, tetapi juga menghadirkan pergumulan identitas dan orientasi.

Persoalan identitas ini menjadi semakin penting saat seseorang memproduksi konten bukan hanya untuk hiburan atau ekonomi, tetapi sekaligus menyampaikan keyakinan religius. *Content creator* Kristen berada di persimpangan antara iman, panggilan, identitas digital, kebutuhan audiens, mekanisme algoritmik, dan kemungkinan monetisasi. Sebagai individu yang menjunjung nilai-nilai kekristenan, seorang kreator Kristen diharapkan mampu menghasilkan konten yang tidak hanya menarik, namun sekaligus mencerminkan kebenaran berdasarkan Firman Tuhan dan ruang digital untuk menyaksikan kasih Kristus kepada dunia.⁶ Dalam kondisi tersebut maka muncul pertanyaan siapa sebenarnya seorang *content creator* Kristen ketika identitas digitalnya terus dinegosiasikan oleh algoritma, audiens, dan kebutuhan ekonomi? Apakah tujuan produksi konten adalah mendapatkan *engagement* sebanyak mungkin, atau terdapat tujuan teologis yang lebih mendasar?

Dalam perspektif iman Kristen, konsep *purpose* atau tujuan hidup tidak dapat direduksi sekadar pada ambisi pribadi maupun pencapaian karier. Lebih dari itu, tujuan hidup orang percaya berakar pada panggilan misi Allah yang memberikan arah, makna, dan signifikansi eksistensial bagi kehidupan. Kesadaran akan identitas sebagai ciptaan Allah menuntun orang Kristen untuk menghidupi keterlibatan aktif dalam agenda misi-Nya di ruang publik.⁷ Dengan demikian, *purpose* bukanlah sekadar orientasi individual, melainkan partisipasi dalam karya Allah yang transformatif. Urgensi bagi orang Kristen masa kini terletak pada komitmen untuk memajukan nilai-nilai Kerajaan Allah melalui setiap aspek pekerjaan dan profesi mereka, sehingga kehidupan sehari-hari menjadi medium kesaksian iman sekaligus sarana menghadirkan keadilan, kasih, dan damai sejahtera Allah di tengah masyarakat.⁸ Dalam kitab Ester, tekanan juga dialami Ester yang adalah seorang ratu diperhadapkan dengan pilihan sulit, tetap diam demi keselamatan diri sendiri atau bertindak demi keselamatan bangsanya yang dalam ancaman pembunuhan massal. Ester dalam kondisi yang sarat tekanan politik, sosial dan pribadi.

⁵ Anna-Bertha Heeris Christensen, Richard Gyrd-Jones, and Michael B. Beverland, "Dialectical Emotional Labour in Digital Person-Branding: The Case of Digital Influencers," *Organization Studies* 45, no. 4 (April 2024): 571–591.

⁶ Soleman Kawangmani, *Strategi Misi*, ed. Hery Harjanto, 1st ed. (Surakarta: Yayasan Gamaliel, 2025).

⁷ Soleman Kawangmani, *MISI DI RUANG PUBLIK Aktualisasi Model Misi Multifungsi Di Indonesia Masa Kini* (Surakarta: Yayasan Gamaliel, 2026),

https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=_xGRg8sAAAAJ&citation_for_view=_xGRg8sAAAAJ:hFOr9nPyWt4C.

⁸ Amy L Sherman, *Kingdom Calling* (Malang: Perkantas, 2012).

Literatur tentang *influencer* dan *creator economy* telah berkembang dalam kajian komunikasi, media, ekonomi politik, dan *digital labor*. Kajian-kajian tersebut memberikan gambaran penting mengenai *platformization*, *precarity*, *authenticity*, *emotional labor*, *self-branding*, dan *burnout*. Misalnya dari kajian Nieborg dan Poell yang menunjukkan bahwa platformisasi menyebabkan produksi budaya, bergantung pada perubahan tata kelola *platform*, kurasi, *pricing* dan datafikasi.⁹ Sementara Glatt memperlihatkan dimensi ketidakpastian dan *burnout* dalam industri *influencer*, sedangkan Fan menyoroti kemampuan kreator untuk bernegosiasi dengan *platform*.¹⁰ Bagi *content creator* digital Kristen dipanggil untuk tidak menjadikan visibilitas, *personal branding*, *engagement*, dan *monetisasi* sebagai tujuan akhir, melainkan mengarahkan pengaruhnya bagi kesaksian Injil dan kebaikan sesama.

Pada studi biblikal, teologi, dan hermeneutik misional sudah berkembang sebagai pendekatan yang membaca kitab suci dalam kaitan dengan *Missio Dei*, konteks pembaca, identitas komunitas umat Allah, dan keterlibatan umat percaya dalam misi. Barram menekankan pentingnya *social location* dalam membentuk hermeneutik missional, sedangkan kajian lain menempatkan *missio Dei* sebagai lensa integratif untuk membaca kitab suci dan konteks misi.¹¹ Ester mengubah posisi menjadi misi; demikian pula *content creator* Kristen dipanggil mengubah platform menjadi ruang kesaksian, pengaruh menjadi pelayanan, dan popularitas menjadi kesempatan menghadirkan transformasi Injili.

Akan tetapi masih terdapat kesenjangan penelitian. Kajian mengenai *creator economy* banyak berfokus pada aspek ekonomi, algoritmik, identitas dan kerja digital, sedangkan kajian teologi digital sering kali lebih menekankan penggunaan media untuk pelayanan tanpa secara memadai menghubungkannya dengan tekanan kerja *creator economy*. Di sisi lain, kajian mengenai kitab Ester umumnya berfokus pada *providensia* Allah, identitas Yahudi, keberanian Ester, pembebasan atau persoalan teologis absennya nama Allah dalam narasi. Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan adanya perhatian akademik terhadap kitab Ester maupun fenomena *content creator* dalam perspektif teologi dan etika Kristen. Penelitian Bombom Panjaitan dkk. (2025) berjudul “*Model Pembinaan Warga Gereja Melalui Kitab Ester*” menggarisbawahi fungsi kitab tersebut sebagai model pembinaan jemaat,¹² sementara Yunita Ester Fay dkk. (2025) dalam “*Pesan Moral dan Relevansi Kitab Ester bagi Kehidupan Modern*” menyoroti aktualisasi nilai moral Ester dalam konteks kontemporer.¹³ Selain itu,

⁹ Nieborg and Poell, “The Platformization of Cultural Production: Theorizing the Contingent Cultural Commodity.”

¹⁰ Zoe Glatt, “Media and Uncertainty| ‘We’re All Told Not to Put Our Eggs in One Basket’: Uncertainty, Precarity and Cross-Platform Labor in the Online Video Influencer Industry,” *International Journal of Communication* 16 (2022).

¹¹ Michael Barram, “The Bible, Mission, and Social Location: Toward a Missional Hermeneutic,” *Interpretation: A Journal of Bible and Theology* 61, no. 1 (January 2007): 42–58.

¹² Bombom Panjaitan et al., “Model Pembinaan Warga Gereja Menurut Kitab Ester,” *Pediaqu: Jurnal Pendidikan Sosial dan Humaniora* Vol. 4, No (2025).

¹³ Yunita Ester Fay, Sinta Peni, and Malik Bambang, “Pesan Moral Dan Relevansi Kitab Ester Bagi Kehidupan Modern,” *Jurnal Filsafat dan Teologi Katolik* 9, no. 1 (July 2025): 49–59.

kajian mengenai *content creator* juga berkembang, seperti penelitian Izak dkk. (2025) “*Scrolling to Salvation: Memahami Karya Keselamatan melalui Media TikTok*” yang mengulas media digital sebagai sarana pewartaan iman,¹⁴ serta Hasiholan Marulita dengan “*Tinjauan Etika Kristen terhadap Peran Konten Kreator di Era Digital Berdasarkan Konsep Imago Dei*” yang menekankan dimensi etis dan teologis dari aktivitas kreator digital.¹⁵ Namun masih terbuka ruang untuk membaca narasi Ester secara misional sebagai sumber kerangka teologis bagi identitas dan praksis *content creator* Kristen dalam budaya algoritmik.

Penelitian ini berupaya mengisi ruang tersebut dengan mengusulkan pembacaan Kitab Ester secara missional dalam konteks *creator economy*. Penelitian ini menawarkan kebaruan berupa konstruksi *Esther Missional Framework*, yaitu model teologis yang menghubungkan lima dimensi narasi Ester (*identity, calling, discernment, courage dan mission*) dengan persoalan dan praktik *content creator* Kristen di ruang digital.

Argumentasi utama dalam artikel ini adalah Kitab Ester memberikan paradigma bahwa posisi strategis bukanlah sarana memperoleh popularitas, melainkan ruang panggilan untuk berpartisipasi dalam karya Allah. Platform digital seharusnya dipahami bukan sebagai tujuan akhir kreator Kristen akan tetapi menjadi ruang *stewardship* yang harus diarahkan kepada misi.

RUMUSAN MASALAH

Penelitian ini akan fokus pada satu rumusan masalah yaitu mengidentifikasi dimensi misioner dari tokoh Alkitab Ester (*Esther Missional Framework*), bagaimana *purpose* dapat dipertahankan dan diwujudkan di tengah *pressure* melalui refleksi atas kisah Ester yang relevan bagi *content creator* Kristen masa kini.

Penelitian ini bertujuan untuk, pertama, mengidentifikasi dan menganalisis nilai-nilai misi yang terdapat dalam Kitab Ester. Kedua, mengintegrasikan prinsip-prinsip dari kisah Ester ke dalam kehidupan *content creator* Kristen di era digital. Ketiga memberikan landasan teologis dan praktis bagi *content creator* Kristen agar dapat menjalankan misi tetap setia pada panggilan iman dalam aktivitas kreatif mereka.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode hermeneutik naratif-missional, melalui metode naratif memberikan cara membaca cerita, sedangkan missional memberikan lensa teologis untuk melihat panggilan dan keterlibatan umat Allah di dalam cerita tersebut. Kitab Ester pasal 2–4 menarasikan bagaimana seorang Ester menemukan dan merespon panggilannya di tengah tekanan yang begitu kompleks. Pertama dilakukan mengekseseis teks kemudian

¹⁴ Iamnuel Teguh Harisantoso et al., “Scrolling to Salvation: Memahami Karya Keselamatan Melalui Media TikTok,” *Magistrorum Et Scholarium: Jurnal Pengabdian Masyarakat* Vol. 5 No. (2025).

¹⁵ Marulitua, “Tinjauan Etika Kristen Terhadap Peran Konten Kreator di Era Dgital Berdasarkan Konsep Iamo Dei.”

mencari data-data pendukung lewat studi literatur. Metode eksegesis adalah peneliti menafsir dengan terlebih dahulu mencari data dan fakta dalam Alkitab kemudian baru menarik kesimpulan berdasarkan data dan fakta dari Alkitab tersebut. Studi literatur ialah pendekatan penelitian yang dilakukan dengan cara mencari referensi atas landasan teori yang relevan dengan kasus atau permasalahan yang ditemukan. Referensi tersebut dicari dari buku, jurnal, artikel dan situs-situs online di internet.

Rumusan masalah akan dijawab dalam tiga tahap yaitu, pertama, memaparkan masalah-masalah yang dihadapi *content creator* Kristen terkait tekanan budaya algoritmik dan krisis purpose; kedua, membaca Kitab Ester secara missional dan memaparkan hasil eksegesis; ketiga, mengintegrasikan hasil eksegesis Kitab Ester dengan konteks *content creator* Kristen masa kini.

Content creator Kristen yang dimaksud dalam penelitian ini adalah *content creator* yang percaya kepada Yesus Kristus sebagai Tuhan dan Juru Selamat, hidup dalam iman, pertobatan, dan ketaatan, serta mengalami transformasi hidup oleh Roh Kudus

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tekanan Dunia Kreator Digital dan Krisis Purpose

Algoritma dan Perebutan Visibilitas

Dunia digital yang berkembang dengan pesat menciptakan banyak ekonomi kreator. Mereka berlomba menghasilkan konten yang harus mendapatkan perhatian audiens supaya mendapat *engagement*, pertumbuhan komunitas, peluang kerja sama dan akhirnya monetisasi. Salah satu sumber tekanan utama dalam dunia kreatif digital adalah sistem algoritma platform. Algoritma menentukan visibilitas konten, sehingga kreator dituntut untuk terus memproduksi konten secara konsisten agar tetap relevan dan muncul di linimasa audiens. Pola ini menciptakan siklus produksi tanpa henti, di mana kreator merasa harus selalu aktif, cepat, dan mengikuti tren yang sedang berlangsung. Fenomena ini oleh Nieborg dan Poell disebut sebagai bagian dari *platformization of cultural production*.¹⁶ Kreator tidak hanya menjual produk atau gagasan, tetapi juga dapat “menjual” dirinya sendiri melalui *personal branding*. Batas antara kehidupan pribadi dan ruang publik menjadi semakin kabur.

Akibatnya, proses kreatif yang seharusnya bersifat reflektif dan bisa memberi makna seringkali berubah menjadi mekanis dan berbasis performa. Kreator tidak lagi semata-mata bertanya “apa yang ingin disampaikan,” tetapi lebih kepada “apa yang akan disukai algoritma.” Kondisi ini menjadikan algoritma sebagai semacam *hidden curriculum* yang mengajarkan kreator belajar dari analitik: jumlah *views*, *watch time*, *likes*, *shares*, *comments*, *followers*, *retention*, dan *conversation*. Bagi *content creator* Kristen data-data ini memang berguna dalam memahami audiens, tetapi ketika indikator tersebut menjadi indikator keberhasilan akan terjadi pergeseran orientasi, dari sarana misi menuju sekadar optimalisasi sistem.

¹⁶ Nieborg and Poell, “The Platformization of Cultural Production: Theorizing the Contingent Cultural Commodity.”

Engagement sebagai Ukuran Keberhasilan

Salah satu indikator bagi ekonomi kreator adalah *engagement* seperti jumlah *likes*, komentar, *views*, dan *shares* yang menjadi tolok ukur keberhasilan yang sangat terlihat dan terukur. Konten dengan interaksi lebih tinggi akan berpotensi memperoleh distribusi lebih luas dan memberikan peluang monetisasi lebih besar. Masalah muncul saat *engagement* berubah dari alat menjadi tujuan. Dalam jangka panjang, hal ini dapat membentuk ketergantungan terhadap validasi eksternal.

Kreator dapat mengalami logika: *content – engagement – visibility – monetization – more content*. Siklus tersebut dapat menghasilkan ketergantungan struktural terhadap platform. Bagi *content creator* Kristen, persoalan akan menjadi lebih dalam apabila keberhasilan pelayanan digital ditentukan terutama oleh angka, maka pesan Injil berpotensi diperlakukan seperti produk yang harus dioptimalkan untuk pasar perhatian. Pemberitaan Kabar Baik agar audiens satu langkah lebih dekat kepada Yesus perlu terus dikerjakan.

Tekanan Ekonomi: Monetisasi dan serba Ketidakpastian

Bagi banyak kreator, aktivitas produksi konten tidak hanya menjadi sarana ekspresi, tetapi juga sumber penghasilan. Kreator memperoleh penghasilan dari iklan, *sponsorship*, *affiliate marketing*, *subscription*, *membership*, *merchandise*, maupun bentuk ekonomi lainnya. Hal ini menambah dimensi tekanan ekonomi, di mana keberlanjutan finansial bergantung pada performa konten, kerja sama dengan brand, atau sistem monetisasi platform. Kreator independen dapat mengalami intensifikasi *self-exploitation* karena mereka harus mengelola seluruh aspek pekerjaan secara individual.¹⁷

Ketidakpastian pendapatan membuat kreator cenderung mengambil keputusan yang pragmatis, seperti mengikuti tren populer atau menyesuaikan konten dengan kebutuhan pasar. Dalam beberapa kasus, pertimbangan ekonomi dapat menggeser nilai dan tujuan awal berkarya. Kreator mungkin merasa terjebak antara idealisme dan kebutuhan praktis untuk bertahan.

Ekspektasi Audiens dan Kerja Emosional

Kreator tidak hanya bekerja dengan algoritma, ada manusia yaitu audiens. Mereka mengharapkan konsistensi, respons, kedekatan dan autentisitas. Kreator harus mempertahankan hubungan dengan followers, merespon komentar, mengelola kritik dan terkadang membuka kehidupan pribadi.

Penelitian mengenai *digital influencers* oleh Christensen menunjukkan bahwa batas antara diri pribadi dan brand menjadi semakin kabur. Influencer melakukan kerja emosional (*emotional labor*) untuk mempertahankan hubungan dengan audiens sekaligus memenuhi

¹⁷ Errol Salamon, Valérie Bélair-Gagnon, and Monica Crawford, "Journalism and Social Media in Creator Economies: Evolving Structures and Labor," *New Media & Society* (January 2026).

kepentingan komersial.¹⁸ Situasi ini bisa jadi melahirkan paradoks: semakin autentik seseorang harus terlihat maka semakin banyak bagian dirinya yang harus dipublikasikan. Dalam *creator economy*, “*authenticity*” tidak selalu berarti bebas menjadi diri sendiri, namun dapat menjadi bentuk kerja.

Burnout

Tekanan berupa algoritma, *engagement*, monetisasi dan ekspektasi audiens tersebut, ketika terjadi secara bersamaan dan berkelanjutan, dapat menimbulkan dampak akumulatif. Kreator berisiko mengalami kelelahan (*burnout*), kehilangan motivasi, serta kejenuhan dalam berkarya. Proses kreatif yang awalnya memberikan kepuasan justru menjadi beban yang harus dipenuhi. Penelitian Kwon, English dan Bright menunjukkan bahwa *content creators* mengalami *social media fatigue* sebagai konsekuensi dari tuntutan pekerjaan yang mengharuskan mereka terus berada dalam lingkungan media sosial.¹⁹

Penelitian terbaru mengenai *creator burnout* menunjukkan bahwa *burnout* seringkali tidak mudah dibicarakan karena pekerjaan kreator dipersepsikan sebagai “*dream job*”. Para kreator merasa bersyukur atas *audiens* dan kesempatan ekonomi yang dimiliki sekaligus mengalami tekanan psikologis yang besar.²⁰ Dengan demikian, masalah yang dihadapi *creator economy* tidak berhenti pada bagaimana membuat konten yang lebih baik, tetapi bagaimana mempertahankan manusia di balik konten.

Krisis Purpose: Pergeseran dari Makna ke Performa

Krisis *purpose* muncul saat seluruh sistem kreator diarahkan kepada *visibility*, maka tujuan hidup dapat secara perlahan direduksi menjadi kemampuan untuk tetap terlihat. Kreator dapat memiliki banyak *followers* tetapi kehilangan arah, *engagement* tinggi tetapi kehilangan kepuasan, *monetisasi* tinggi tetapi kehilangan integritas, memiliki popularitas tetapi kehilangan identitas dan produksi konten tinggi tetapi kehilangan panggilan.

Krisis *purpose* pada kreator umumnya ditandai oleh pergeseran orientasi dari makna menuju performa.²¹ Pada tahap awal, banyak kreator memulai dengan motivasi intrinsik, seperti keinginan berbagi, mengekspresikan diri, atau memberikan dampak positif. Namun, seiring meningkatnya tekanan eksternal, motivasi tersebut dapat tergantikan oleh dorongan untuk mencapai angka, popularitas, atau pengakuan.

¹⁸ Heeris Christensen, Gyrd-Jones, and Beverland, “Dialectical Emotional Labour in Digital Person-Branding: The Case of Digital Influencers.”

¹⁹ Eunseon Kwon, Ashley E. English, and Laura F. Bright, “Social Media Never Sleeps: Antecedents and Consequences of Social Media Fatigue Among Content Creators,” *The Journal of Social Media in Society* Vol. 9 No. (2020).

²⁰ Tom Fleischman, “What Social Media Creators Can’t Say about Their Job,” *Cornell Chronicle*.

²¹ “The Creator Economy’s Next Frontier: Mapping the Deep Dive Evolving Creator Economy,” *Networth Area*, 2026.

Membaca Ester secara Misional

Hermeneutik misional merupakan pendekatan teks biblikal yang tidak hanya membaca teks sebagai kumpulan prinsip moral untuk diterapkan, namun berdasar pada keyakinan bahwa Allah mempunyai misi di dalam dunia dan orang percaya yang membaca Kitab Suci sebagai komunitas yang terpenggil untuk ikut serta dalam rencana Ilahi tersebut.²² Teks Ester pasal 2-4 dibaca berkaitan dengan karya Allah, identitas umat Allah, konteks pembaca, dan partisipasi umat dalam misi. Literatur tentang hermeneutik misional menekankan antara trajectory misioner Kitab Suci, identitas komunitas, konteks pembaca, serta *engagement* terhadap budaya.

Dalam kerangka tersebut, Kitab Ester menarik karena Allah tidak tampil secara eksplisit dalam narasi Ibrani Ester. Justru melalui rangkaian peristiwa, kebetulan, posisi, keputusan manusia dan pembalikan keadaan, pembaca diajak mengenali dimensi providensial di balik cerita.

Pembacaan ini tidak berarti bahwa setiap algoritma atau keberhasilan digital secara otomatis merupakan intervensi Allah. Sebaliknya, narasi Ester memberikan kategori teologis untuk mempertanyakan bagaimana posisi, kesempatan, identitas, dan keputusan manusia dapat diarahkan kepada tujuan yang lebih besar daripada kepentingan diri sendiri.

Hidden Identity: Siapakah Saya? (Ester 2:10, 20)

Ester pasal 2 memperlihatkan sebuah identitas yang pada awalnya disembunyikan. Ester adalah seorang perempuan Yahudi yang berada dalam lingkungan kerajaan Persia. Mordekhai memerintahkannya untuk tidak memberitahukan identitas dan bangsanya (Est. 2:10). Narasi ini menunjukkan adanya ketegangan antara *identity* dan *visibility*. Ester terlihat oleh istana, tetapi identitas terdalamnya tidak langsung terlihat. Secara naratif, hal ini penting karena identitas Ester tidak ditentukan oleh posisi barunya sebagai ratu. Ia tetap merupakan bagian dari umatnya.

Tindakan ini sering dipahami sebagai bentuk kompromi, namun dalam konteks narasi, hal tersebut juga dapat dilihat sebagai strategi adaptasi dalam lingkungan yang tidak aman. Ester pada waktu itu hidup dalam sistem kekuasaan Persia yang tidak berpihak pada identitasnya sebagai orang Yahudi. Kitab Ester menyampaikan pesan moral yang kuat tentang keberanian, kebijaksanaan, dan iman di tengah ancaman pembunuhan massal terhadap umat Yahudi.

Dari perspektif misi, hal ini menunjukkan bahwa keberadaan dalam “wilayah asing” dan resisten seringkali menuntut kebijaksanaan dalam menampilkan identitas. Misi tidak selalu dimulai dengan deklarasi terbuka, tetapi bisa melalui proses hadir, berbaur, dan memahami konteks sebelum bertindak. Bagi kreator Kristen, hal ini relevan dalam bagaimana

²² Ailsa Barker, “Teologi, Studi Biblikal, Dan Misi,” *Indonesian Journal of Theology* 5, no. 1 (June 2018): 99–131.

mereka hadir di ruang digital yang plural, tanpa harus kehilangan identitas, tetapi juga tidak bersikap reaktif atau konfrontatif secara prematur.

Providential Position: Platform sebagai Stewardship (Ester 2:17)

Sejak awal Ester tidak memilih untuk menjadi ratu. Allah menempatkan Ester dalam struktur kerajaan Persia dan memperoleh posisi yang kemudian memiliki arti penting bagi keselamatan bangsanya. Kisah Ester memberikan gambaran nyata tentang bagaimana Allah tetap hadir dan bekerja di balik layar, bahkan ketika keadaan tampak mustahil. Dalam keseluruhan Kitab Ester, nama Allah memang tidak disebutkan secara eksplisit, namun kehadiran-Nya tersirat melalui rangkaian peristiwa yang seolah-olah tampak “kebetulan”. Kitab Ester memperteguh iman kita bahwa Allah senantiasa mengatur dan mengendalikan segala hal.²³

Dalam narasi Ester, posisi tersebut memperoleh makna baru ketika krisis muncul berupa konsep *stewardship*/penatalayanan. Posisi bukan hanya sebuah *privilege* namun juga menjadi tanggung jawab. Platform digital bisa dipahami sebagai ruang *stewardship*. Seorang kreator memiliki: audiens, keterampilan, kreativitas, teknologi, pengetahuan, pengaruh, serta kesempatan berbicara. Pertanyaannya bukan hanya: "Berapa besar platform saya?" melainkan "Untuk apa platform ini dipercayakan kepada saya?"

Dalam perspektif missional, platform tidak menjadi milik absolut kreator. Ia menjadi ruang tempat kreativitas, komunikasi, dan pengaruh untuk diarahkan kepada tujuan yang lebih besar. Karena itu platform bukanlah posisi tetapi sebuah *stewardship*.

Purpose Discovery: "Untuk Saat yang Seperti Ini" (Ester 4:14)

Titik penting narasi terdapat dalam Ester 4:14, "Siapa tahu, mungkin justru untuk saat yang seperti ini engkau beroleh kedudukan sebagai ratu." Ayat ini tidak harus dipahami sebagai formula sederhana bahwa setiap keberhasilan karier pasti merupakan rencana khusus Allah. Yang lebih penting adalah bagaimana narasi menghubungkan *position* dengan *purpose*.

Ester memiliki posisi. Tetapi krisis membuatnya menyadari bahwa posisi tersebut memiliki konsekuensi moral. Pernyataan ini menggeser perspektif Ester dari sekadar posisi menjadi panggilan. Ia tidak lagi melihat dirinya hanya sebagai individu yang berhasil, tetapi sebagai bagian dari rencana Allah dalam sejarah bangsanya. Ester tidak tergoda oleh kekuasaan. Tujuannya semata-mata agar bangsanya diselamatkan oleh Tuhan.²⁴

Bagi kreator Kristen platform seharusnya juga bergeser menjadi panggilan. Jumlah *followers* tidak otomatis menunjukkan panggilan. Viralitas juga tidak otomatis menunjukkan kehendak Allah. Purpose ditemukan melalui proses *discernment* terhadap pertanyaan: "Apa yang Allah kehendaki saya lakukan dengan posisi yang saya miliki?" Dengan demikian,

²³ Elizabeth Sindoro, *Pertolongan Dari Balik Layar: Tafsiran Kitab Ester* (Jakarta: BPK Gunung Mulia, 2019).

²⁴ Sudhi M. Dharma, *100 Khotbah Tetap Evergreen Sepanjang Waktu* (Yogyakarta: PBMR ANDI, 2020).

panggilan tidak dimulai dari popularitas. Panggilan dimulai dari identitas dan tanggung jawab.

Courage: Ketika Purpose Memiliki Risiko (Ester 4:16)

Ester kemudian berkata: "*Aku akan menghadap raja...*" (Est. 4:16). Keputusan tersebut memiliki risiko hukuman mati, menghadap raja tanpa dipanggil. Pernyataannya, "*Jika aku harus mati, biarlah aku mati,*" mencerminkan keberanian luar biasa yang lahir dari kesadaran akan tujuan yang lebih besar daripada keselamatan pribadi. Ester tidak mengetahui hasil akhirnya. Namun ia memilih bertindak. Secara missional, keberanian Ester penting karena misi tidak selalu berlangsung dalam kondisi aman.

Dalam konteks digital, keberanian tidak berarti kreator harus menjadi provokatif. Sebaliknya, keberanian dapat berarti: berani menyatakan kebenaran ketika tidak populer; berani menolak konten yang manipulatif; berani tidak mengikuti tren yang bertentangan dengan iman; berani mengatakan "tidak" terhadap monetisasi yang tidak etis; berani mempertahankan integritas ketika *engagement* menurun.

Di sini keberanian harus dibedakan dari keberanian performatif. Keberanian atau *courage* bukan mencari kontroversi. *Courage* adalah kesediaan menanggung risiko demi kesetiaan terhadap panggilan.

Spiritual Discernment: Dari Puasa Menuju Digital Discernment (Ester 4:15-16)

Sebelum bertindak, Ester meminta Mordekhai dan orang-orang Yahudi untuk berpuasa selama tiga hari (Est. 4:16). Puasa menunjukkan bahwa tindakan Ester tidak semata-mata merupakan keputusan strategis. Ada dimensi spiritual dalam proses pengambilan keputusan. Langkah ini menunjukkan bahwa tindakan misi tidak berdiri sendiri, melainkan berakar pada kehidupan rohani, Hubungan pribadi Ester dengan Allah dan iman Ester. Puasa menjadi bentuk penyerahan diri dan pencarian kehendak Allah di tengah situasi yang sangat genting.

Nilai ini menegaskan bahwa misi bukan sekadar aktivitas eksternal, tetapi juga proses internal yang melibatkan relasi dengan Allah. Dalam konteks digital, prinsip ini dapat diterjemahkan secara teologis menjadi *digital discernment*.

Digital discernment berarti kemampuan membedakan: kapan harus berbicara; kapan harus diam; apa yang perlu dibagikan; apa yang tidak perlu dipublikasikan; tren mana yang perlu diikuti; tren mana yang harus ditolak; kapan *engagement* menjadi alat dan kapan *engagement* mulai menjadi berhala. Jika algoritma berkata: "*Post more.*" *Discernment* bertanya: "Apakah saya memang perlu berbicara?" Jika audiens berkata: "Buat konten ini!" *Discernment* bertanya: "Apakah konten ini sesuai dengan panggilan saya?" Jika *analytics* berkata: "Konten kontroversial menghasilkan *engagement*." *Discernment* bertanya: "Apakah *engagement* tersebut menghasilkan kebaikan?"

Dengan demikian, *spiritual discernment* menjadi mekanisme untuk menjaga *purpose* di tengah *pressure*. Proses kreatif tidak hanya bergantung pada ide dan strategi, tetapi juga

pada kedalaman spiritual. Konten yang berdampak lahir dari kehidupan yang terhubung dengan sumber kebenaran itu sendiri.

Esther Missional Framework

Berdasarkan pembacaan naratif missional Ester dari pasal 2-4 maka artikel ini mengusulkan *Esther Missional Framework* sebagai kerangka teologis bagi *content creator* Kristen. Model tersebut digambarkan: *Identity – Calling – Discernment – Courage – Mission*. Kerangka ini bukan model teknis meningkatkan jumlah followers, sebaliknya merupakan kerangka formasi teologis agar kreator tidak kehilangan orientasi ketika berhadapan dengan tekanan platform.

Sebuah paradigma teologis diperlukan, bukan sekadar menjawab bagaimana seorang Kristen menjadi kreator yang sukses, tetapi untuk apa seorang kristen berada di platform digital. Oleh karena itu, diperlukan proses reorientasi *purpose*, yaitu suatu upaya untuk kembali pada nilai, identitas, dan tujuan yang lebih benar menurut kebenaran Firman Tuhan sebagai satu-satunya sumber kebenaran. John Stott menegaskan bahwa panggilan ini adalah panggilan untuk menjadi murid Kristus yang radikal. Artinya, orang Kristen dipanggil untuk menunjukkan sikap nonkonformitas yang mendasar terhadap nilai-nilai budaya yang bertentangan dengan Injil. Murid yang radikal bukan menjauhkan diri dari dunia, tetapi hadir dan terlibat di dalamnya dengan cara yang benar, membawa dampak tanpa kehilangan integritas.²⁵ Reorientasi ini memungkinkan kreator untuk menyaring tekanan yang ada, menentukan prioritas, serta mengambil keputusan yang selaras dengan arah hidup yang ingin dicapai. Dengan *purpose* yang jelas, tekanan tidak lagi menjadi faktor yang sepenuhnya mengendalikan, tetapi dapat dikelola sebagai bagian dari proses pertumbuhan.

Pertama, *Identity*: siapa saya? Dalam *creator economy*, identitas mudah direduksi menjadi: *followers + niche + engagement + personal brand*. *Esther Missional Framework* membalik logika tersebut. Identitas bukan ditentukan saya memiliki followers, maka saya bernilai. Tetapi saya memiliki identitas, maka saya dapat menggunakan pengaruh saya secara bertanggung jawab²⁶. Ester mengerti identitasnya sebagai orang Yahudi, walaupun harus disembunyikan di awal namun justru dalam masa krisis, ancaman pemusnahan bangsanya, Ester bertindak melalui posisinya sebagai ratu dan membuka identitas keyahudiannya. *Content creator* Kristen dengan identitas sebagai anak-anak Allah seharusnya menampilkan konten sesuai identitas tersebut. Identitas Kristen mendahului performa digital. Karena itu, kreator harus membangun batas antara: *who I am* dan *how many people watch me*. Identitas menjadi fondasi agar angka tidak menjadi sumber nilai diri.

²⁵ John Stott, *The Radical Disciple: Delapan Aspek Utama Dari Pemuridan Kristen Yang Sejati* (Malang: Literatur Perkantas Jatim, 2017).

²⁶ Soleman Kawangmani and Irawan Budi Lukmono, "EFEKTIVITAS PEMBELAJARAN AGAMA KRISTEN MELALUI MATA KULIAH PENDIDIKAN AGAMA KRISTEN DI PERGURUAN TINGGI TERHADAP PEMAHAMAN MAHASISWA KRISTEN TENTANG GAMBAR DIRI," *Jurnal Gamaliel : Teologi Praktika* 2, no. 1 (March 30, 2020): 1–10, <https://jurnal.stt-gamaliel.ac.id/index.php/gamaliel/article/view/48>.

Kedua, *Calling*: mengapa saya ada? Ester 4:14 menghubungkan posisi dengan tujuan. Ester disadarkan pada identitasnya sebagai seorang Yahudi dan panggilan Tuhan melalui posisinya sebagai ratu untuk menyelamatkan bangsanya. Seorang kreator Kristen juga harus bertanya tentang tujuan Tuhan atas platform digital yang dimiliki.

Ketiga, *Discernment*: kapan saya harus berbicara? Ester tidak bertindak secara sembarangan. Ia menyusun strategi, mengatur waktu, dan memilih momen yang tepat untuk menyampaikan permohonannya kepada raja. Hal ini menunjukkan pentingnya kepekaan terhadap waktunya Tuhan (*kairos*), bukan sekadar waktu secara kronologi (*kronos*). Dalam dunia digital tidak semua kesempatan harus digunakan, tidak semua tren harus diikuti, tidak semua isu harus dikomentari, tidak semua viralitas merupakan kesempatan misi. Karena itu, *discernment* menjadi filter antara *calling* dan *action*. *Discernment* memungkinkan kreator mempertimbangkan konteks, timing, audiens, dampak, dan kesesuaian dengan iman sebelum menghasilkan konten. Kreator Kristen perlu memiliki kepekaan pada pimpinan Roh Kudus kapan waktu yang tepat mengupload sebuah konten, perlu berdoa dan jika perlu berpuasa.

Keempat, *Courage*: apa risikonya? *Purpose* yang nyata hampir selalu memiliki risiko. Keputusan Ester untuk menghadap raja tanpa dipanggil merupakan tindakan yang berisiko tinggi. Ia menyadari konsekuensinya, namun tetap memilih untuk bertindak demi menyelamatkan bangsanya. Ester harus mempertaruhkan keamanan dirinya. Kreator Kristen mungkin menghadapi risiko yang berbeda seperti kehilangan followers, kehilangan sponsor, kritik, komentar negatif, penurunan *engagement*, kehilangan, kesempatan viral, bahkan kehilangan sebagian keuntungan ekonomi. Karena itu, keberanian menjadi indikator penting bahwa misi lebih tinggi daripada popularitas. Namun keberanian harus tetap disertai *discernment*.

Kelima, *Mission*: apa dampaknya? Tahap terakhir adalah *mission*. Di sinilah platform dikembalikan kepada tujuan awalnya. Konten bukan sekadar *content for attention* melainkan *content for participation in God's mission*. Bagi kreator Kristen, hal ini menjadi pengingat bahwa tujuan akhir dari berkarya bukanlah sekadar menghasilkan konten, tetapi menciptakan dampak. Dalam kerangka ini, dampak digital tidak hanya diukur melalui angka. Dampak juga mencakup orang menemukan harapan, komunitas terbentuk, kebenaran dikomunikasikan, orang tertolong, ketidakadilan disuarakan, iman dibangun, manusia diperlakukan sebagai pribadi, bukan sebagai angka *engagement*. Dengan demikian, *digital impact* harus dipahami lebih luas daripada *analytics*.

Implikasi Bagi Content Creator Kristen Masa Kini

Berdasarkan uraian *Esther Missional Framework*, *content creator* Kristen tidak cukup dipahami sebagai individu yang menggunakan teknologi digital untuk menyampaikan pesan keagamaan, tetapi sekaligus pribadi yang menempatkan identitas, kemampuan kreatif, platform dan pengaruh digital pada kerangka *missio Dei*. Kerangka ini memiliki implikasi praktis pada lima aspek utama, yaitu *identity*, *calling*, *discernment*, *courage* dan *mission*.

Kelima aspek tersebut menolong kreator Kristen menghadapi tekanan dunia kreator digital tanpa kehilangan orientasi teologisnya.

Pertama, Identity menuntut Kreator Kristen Membangun Identitas Sebelum Personal Brand

Dalam budaya digital, nilai seseorang mudah dikaitkan dengan jumlah pengikut, *engagement*, viralitas, dan pengakuan publik. Narasi Ester menunjukkan bahwa posisi sebagai ratu tidak menggantikan identitasnya sebagai bagian dari umat Allah. Karena itu, kreator Kristen perlu membedakan antara *who I am* dan *how many people watch me*. Identitas sebagai orang percaya menjadi dasar dalam menentukan bagaimana pengaruh digital digunakan. Personal branding dapat dikembangkan sebagai sarana komunikasi, tetapi tidak boleh menjadi sumber nilai diri. Dengan demikian, perubahan algoritma, jumlah pengikut, maupun respons audiens tidak seharusnya menentukan identitas dan harga diri kreator.

Kedua, Calling Mengubah Cara Kreator Memandang Platform Digital

Ester 4:14 memperlihatkan keterkaitan antara posisi dan tujuan. Posisi Ester memperoleh makna baru ketika dikaitkan dengan kebutuhan umatnya. Demikian pula, platform digital perlu dipahami sebagai ruang *stewardship*, bukan sebagai kepemilikan absolut kreator. Audiens, kreativitas, keterampilan, teknologi, pengetahuan, dan kesempatan berbicara merupakan anugerah yang dipercayakan dan harus diarahkan kepada tujuan yang melampaui kepentingan pribadi. Implikasinya, kreator perlu secara berkala mengevaluasi pertanyaan: *Untuk apa Tuhan dipercayakan platform dan pengaruh ini kepada saya?* Dengan demikian, produksi konten tidak hanya berorientasi pada pertumbuhan akun, tetapi pada kesetiaan terhadap panggilan.

Ketiga, dimensi discernment berfungsi sebagai filter terhadap tuntutan algoritma dan tren digital.

Tidak semua konten yang berpotensi viral harus diproduksi, dan tidak semua isu yang sedang ramai harus dikomentari. Prinsip *digital discernment* menolong kreator membedakan kapan harus berbicara, kapan harus diam, apa yang layak dipublikasikan, apa yang sebaiknya tetap privat, serta tren mana yang perlu diikuti atau ditolak. Dengan demikian, *analytics* dan algoritma tetap dapat dimanfaatkan sebagai instrumen strategis, tetapi tidak menjadi penentu tunggal keputusan kreatif. Pertanyaan “Apakah konten ini akan mendapatkan *engagement*?” perlu dilengkapi dengan pertanyaan “Apakah konten ini sesuai dengan panggilan dan menghasilkan kebaikan?”

Keempat, dimensi courage menuntut kesediaan mempertahankan integritas ketika kesetiaan menimbulkan konsekuensi.

Keberanian Ester bukanlah keberanian performatif untuk mencari perhatian, melainkan kesediaan mengambil risiko demi tujuan Ilahi. Dalam ruang digital, keberanian

kreator Kristen dapat diwujudkan melalui kesediaan menyampaikan kebenaran meskipun tidak populer, menolak konten manipulatif, tidak mengikuti tren yang bertentangan dengan iman, menolak monetisasi yang tidak etis, serta mempertahankan integritas meskipun *engagement* menurun. Dengan demikian, *courage* dipahami sebagai keberanian etis untuk tetap setia terhadap panggilan, bukan sekadar keberanian kontroversial.

Kelima, dimensi mission menggeser orientasi konten dari sekadar memperoleh perhatian menuju partisipasi dalam misi Allah.

Konten Kristen tidak harus selalu berbentuk khotbah atau eksplisit mencantumkan ayat Alkitab. Konten mengenai keluarga, pendidikan, seni, budaya, pekerjaan, kreativitas, dan kehidupan sehari-hari dapat menjadi ruang kesaksian apabila diproduksi dengan integritas dan diarahkan kepada kebaikan bersama. Oleh karena itu, dampak konten perlu dilihat melampaui *analytics*. Konten dapat dinilai dari kemampuannya membangun relasi, menyampaikan kebenaran, menolong sesama, membangun iman, membentuk komunitas, dan menghadirkan kebaikan bagi masyarakat.

Keenam, Reorientasi Terhadap Ukuran Keberhasilan

Implikasi berikutnya adalah perlunya reorientasi terhadap ukuran keberhasilan. *Esther Missional Framework* tidak menolak indikator seperti *views*, *engagement*, *analytics*, atau monetisasi. Indikator-indikator tersebut tetap berguna untuk memahami jangkauan dan efektivitas komunikasi. Namun, indikator tersebut harus ditempatkan sebagai ukuran sekunder, bukan sebagai tolok ukur tertinggi keberhasilan. Naskah ini mengusulkan tiga lapisan pengukuran, yakni *reach* (jumlah orang yang dijangkau), *relationship* (kualitas relasi dan komunitas yang terbentuk), dan *mission* (transformasi yang terjadi pada individu maupun komunitas sebagai akibat dari konten tersebut). Dengan demikian, keberhasilan kreator Kristen tidak semata-mata ditentukan oleh angka, melainkan oleh kesetiaan, integritas, kualitas relasi, dan dampak misioner.

KESIMPULAN

Berdasarkan kajian hermenutik naratif-missional kitab Ester, maka dapat ditarik beberapa pokok penting:

Pertama, Kitab Ester menunjukkan bahwa *purpose* (posisi dan tanggungjawab) dibentuk melalui panggilan, bukan popularitas. Posisi Ester sebagai ratu memperoleh makna baru ketika dihadapkan pada krisis dan kebutuhan umatnya. Ester 4:14 menunjukkan bahwa posisi strategis dapat menjadi ruang panggilan. Dalam konteks digital, platform perlu dipahami sebagai *stewardship* (penatalayanan), bukan sebagai sumber identitas dan nilai diri.

Kedua, budaya algoritmik menimbulkan tekanan yang dapat menggeser orientasi kreator. Tekanan *engagement*, monetisasi, visibilitas, ekspektasi audiens, personal branding, dan tuntutan produksi berkelanjutan dapat membuat kreator kehilangan batas antara identitas,

pekerjaan, dan kehidupan pribadi. Literatur tentang *creator economy* menunjukkan bahwa *platformization*, *precarity*, *emotional labor*, *self-exploitation*, dan *burnout* merupakan persoalan struktural yang melekat dalam profesi kreator.

Ketiga, artikel ini memperkenalkan Esther Missional Framework sebagai paradigma teologis bagi *content creator* Kristen. Kerangka tersebut terdiri atas lima dimensi: *identity*, *calling*, *discernment*, *courage*, dan *mission*. Orientasi kreator digeser dari pencarian popularitas menuju kesetiaan terhadap panggilan. Platform tidak ditolak, melainkan dipandang sebagai ruang *stewardship* yang dapat digunakan untuk berpartisipasi dalam misi Allah. Dengan demikian, pertanyaan paling mendasar bagi *content creator* Kristen bukanlah "seberapa banyak orang melihat saya?" melainkan "untuk apa saya ditempatkan di sini, dan bagaimana platform yang dipercayakan kepada saya dapat digunakan bagi misi Allah?"

REFERENSI

- Barker, Ailsa. "Teologi, Studi Biblika, Dan Misi." *Indonesian Journal of Theology* 5, no. 1 (June 2018): 99–131.
- Barram, Michael. "The Bible, Mission, and Social Location: Toward a Missional Hermeneutic." *Interpretation: A Journal of Bible and Theology* 61, no. 1 (January 2007): 42–58.
- Chowdhury, Mohammed Foysal. "Book Review: Creator Culture: An Introduction to Social Global Media Entertainment." *Media International Australia* 189, no. 1 (November 2023): 144–145.
- Dharma, Sudhi M. *100 Khotbah Tetap Evergreen Sepanjang Waktu*. Yogyakarta: PBMR ANDI, 2020.
- Fleischman, Tom. "What Social Media Creators Can't Say about Their Job." *Cornell Chronicle*.
- Glatt, Zoe. "Media and Uncertainty| 'We're All Told Not to Put Our Eggs in One Basket': Uncertainty, Precarity and Cross-Platform Labor in the Online Video Influencer Industry." *International Journal of Communication* 16 (2022).
- Harisantoso, Iamnuel Teguh, Izak Yohan Matriks Lattu, Cleta V.K Maitimu, Dylan Azarya Radja Hedo, and Kenneth Garland Numa Jermy. "Scrolling to Salvation: Memahami Karya Keselamatan Melalui Media TikTok." *Magistrorum Et Scholarium: Jurnal Pengabdian Masyarakat* Vol. 5 No. (2025).
- Heeris Christensen, Anna-Bertha, Richard Gyrd-Jones, and Michael B. Beverland. "Dialectical Emotional Labour in Digital Person-Branding: The Case of Digital Influencers." *Organization Studies* 45, no. 4 (April 2024): 571–591.
- Kawangmani, Soleman. *MISI DI RUANG PUBLIK Aktualisasi Model Misi Multifungsi Di Indonesia Masa Kini*. Surakarta: Yayasan Gamaliel, 2026.
https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=_xGRg8sAAAJ&citation_for_view=_xGRg8sAAAJ:hFOr9nPyWt4C.

- . *Strategi Misi*. Edited by Hery Harjanto. 1st ed. Surakarta: Yayasan Gamaliel, 2025.
- Kawangmani, Soleman, and Irawan Budi Lukmono. “EFEKTIVITAS PEMBELAJARAN AGAMA KRISTEN MELALUI MATA KULIAH PENDIDIKAN AGAMA KRISTEN DI PERGURUAN TINGGI TERHADAP PEMAHAMAN MAHASISWA KRISTEN TENTANG GAMBAR DIRI.” *Jurnal Gamaliel : Teologi Praktika* 2, no. 1 (March 30, 2020): 1–10. <https://jurnal.stt-gamaliel.ac.id/index.php/gamaliel/article/view/48>.
- Kwon, Eunseon, Ashley E. English, and Laura F. Bright. “Social Media Never Sleeps: Antecedents and Consequences of Social Media Fatigue Among Content Creators.” *The Journal of Social Media in Society* Vol. 9 No. (2020).
- L Sherman, Amy. *Kingdom Calling*. Malang: Perkantas, 2012.
- Marulitua, Hasiholan. “TINJAUAN ETIKA KRISTEN TERHADAP PERAN KONTEN KREATOR DI ERA DIGITAL BERDASARKAN KONSEP IMAGO DEI.” *Jurnal Teologi Anugerah* 14 (2005): 20–26.
- Nieborg, David B, and Thomas Poell. “The Platformization of Cultural Production: Theorizing the Contingent Cultural Commodity.” *New Media & Society* 20, no. 11 (November 2018): 4275–4292.
- Panjaitan, Bombom, Chintya C Sitanggang, Ayu Wanda Hutagalung, and Andar Gunawan Pasaribu. “Model Pembinaan Warga Gereja Menurut Kitab Ester.” *Pediaqu: Jurnal Pendidikan Sosial dan Humaniora* Vol. 4, No (2025).
- Salamon, Errol, Valérie Bélair-Gagnon, and Monica Crawford. “Journalism and Social Media in Creator Economies: Evolving Structures and Labor.” *New Media & Society* (January 2026).
- Sindoro, Elizabeth. *Pertolongan Dari Balik Layar: Tafsiran Kitab Ester*. Jakarta: BPK Gunung Mulia, 2019.
- Stot, John. *The Radical Disciple: Delapan Aspek Utama Dari Pemuridan Kristen Yang Sejati*. Malang: Literatur Perkantas Jatim, 2017.
- Yunita Ester Fay, Sinta Peni, and Malik Bambang. “Pesan Moral Dan Relevansi Kitab Ester Bagi Kehidupan Modern.” *Jurnal Filsafat dan Teologi Katolik* 9, no. 1 (July 2025): 49–59.
- “Rise of the Creator Economy, Teknologi Di Balik Konten Digital,” n.d.
- “The Creator Economy’s Next Frontier: Mapping the Deep Dive Evolving Creator Economy.” *Networth Area*, 2026.