

BAB III

GAMBARAN UMUM TENTANG JASA JOKI *MONETISASI YOUTUBE* DI *PLATFORM INSTAGRAM*

3.1 *Instagram*

3.1.1. Sejarah Munculnya *Instagram*

Instagram berasal dari kata 'insta' atau bisa juga 'instan' hal ini dikarenakan instagram ialah cara untuk berfoto dan membagikan foto kepada teman-teman terdekat secara mudah dan instan. Kemudian kata „gram“ mempunyai arti yaitu kata yang berasal dari kata „telegram“ yang mempunyai makna seperti telegram. Dikarenakan telegram sangat cepat didalam mengirimkan informasi kepada seseorang. Begitu pula dengan instagram, di instagram kita dapat mengirimkan informasi berupa foto kepada seseorang (Firstmedia.com, 2022).

Instagram awal mulanya dibentuk oleh perusahaan Burb INC, perusahaan INC adalah sebuah perusahaan yang mempunyai visi dan misi dalam membuat aplikasi untuk gadget. Diawal mula terbentuknya perusahaan Burn INC, perusahaan itu hanya banyak melakukan pembuatan aplikasi untuk gadget (Firstmedia.com, 2022).

Instagram juga berawal dari programmer dan sekaligus CEO nya yaitu Mike Krieger dan Kevin Systrom, mereka berdua merupakan dua orang yang terpenting dalam berdirinya instagram. Instagram didirikan bersama Burn INC diawal tahu 2010 sekitar bulan januari. Setelah melewati masa 10 bulan instagram mempunyai lebih dari 7 juta pengguna aktif. Instagram juga mempunyai komunitas pengguna instagram di indonesia, mereka menamai diri mereka sebagai Iphonesia. Iphonesia merupakan singkatan dari I Device Photographer Indonesia (Darestuti, 2022).

Perkembangan Instagram tidak terlepas dari peran Burbn Inc. sebagai perusahaan rintisan yang berfokus pada pengembangan aplikasi berbasis perangkat bergerak. Pada tahap awal, Burbn Inc. mengembangkan berbagai

aplikasi untuk gadget sebelum akhirnya memusatkan perhatian pada pengembangan Instagram sebagai platform berbagi foto. Instagram dirancang oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger, yang berperan sebagai pendiri sekaligus pengembang utama aplikasi tersebut. Platform ini resmi diluncurkan pada awal tahun 2010 dan dalam waktu kurang dari satu tahun berhasil menarik lebih dari tujuh juta pengguna aktif, menunjukkan tingginya minat masyarakat terhadap media berbagi visual berbasis digital.

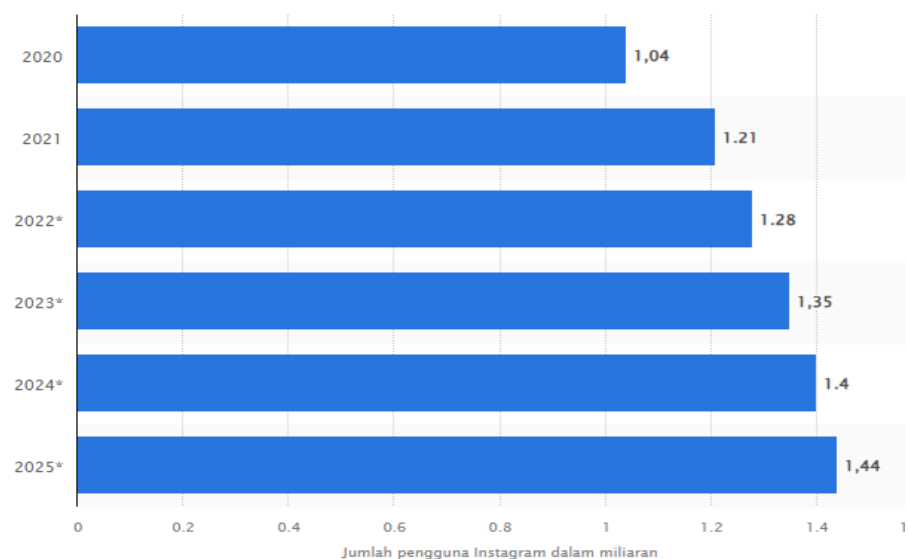
Perkembangan pesat Instagram juga tercermin dari terbentuknya komunitas pengguna di berbagai negara, termasuk Indonesia. Komunitas pengguna Instagram di Indonesia dikenal dengan nama Iphonesia, yang merupakan singkatan dari *I Device Photographer Indonesia*. Keberadaan komunitas ini menunjukkan bahwa Instagram tidak hanya berkembang sebagai aplikasi teknologi, tetapi juga sebagai ruang sosial yang mendorong interaksi, kreativitas visual, dan pembentukan identitas digital penggunanya.

Saat ini pengguna Instagram terus mengalami peningkatan. Berdasarkan data Statista yang diterbitkan oleh Stacy Jo Dixon (2024) pada tahun 2021, ada 1,21 miliar pengguna aktif Instagram Meta bulanan, yang merupakan lebih dari 28 persen pengguna internet dunia. Pada tahun 2025, diperkirakan akan ada 1,44 miliar pengguna aktif bulanan platform media sosial, yang akan menyumbang 31,2 persen dari pengguna internet global (Data Reportal, 2025).

Peningkatan jumlah pengguna tersebut menjadikan Instagram sebagai salah satu platform media sosial yang memiliki pengaruh besar dalam membentuk pola interaksi, distribusi informasi, dan aktivitas ekonomi digital. Instagram tidak hanya berfungsi sebagai media komunikasi dan hiburan, tetapi juga berkembang menjadi ruang promosi, pemasaran, dan penyediaan jasa berbasis digital. Fitur-fitur seperti akun profesional, iklan berbayar, serta integrasi dengan platform lain memungkinkan pengguna memanfaatkan Instagram sebagai sarana memperoleh keuntungan ekonomi.

Selanjutnya pada tahun 2022 Instagram menjadi platform media sosial keempat paling populer di dunia hal jumlah pengguna. YouTube dan WhatsApp masing-masing menempati peringkat kedua dan ketiga, sementara Facebook tetap paling populer, dengan hampir tiga miliar pengguna aktif bulanan di seluruh dunia. India menjadi negara terbesar pengguna Instagram pada Januari 2022, dengan total lebih dari 230 juta pengguna di negara tersebut. Pemirsa Instagram terbesar kedua dapat ditemukan di Amerika Serikat, dengan hampir 160 juta orang berlangganan aplikasi berbagi foto dan video (Data Reportal, 2025).. Tahun-tahun berikutnya Instagram terus mengalami peningkatan pengguna hingga saat ini. Peningkatan pengguna Instagram dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar 3.1. Jumlah pengguna Instagram di seluruh dunia dari tahun 2020 hingga 2025 (dalam miliaran)



Sumber: [Pengguna Instagram di seluruh dunia 2025| Statista](#)

3.1.2. Deskripsi Umum Tentang Instagram

Instagram adalah salah satu aplikasi yang memungkinkan untuk pengguna dapat memposting foto maupun video disertai dengan teks yang dilampirkan. Melalui postingan tersebut para pengguna dapat menyukai

berkomentar, dan terlibat satu sama lain pada sebuah postingan. Instagram adalah salah satu platform media sosial yang tumbuh paling cepat (Wikipedia, 2025).

Pada dasarnya, Instagram merupakan aplikasi yang berbasis seluler dengan memungkinkan pemakainya untuk mengambil gambar atau foto, memakai beragam alat manipulasi dengan tujuan untuk mengubah tampilan gambar, dan menyebarkanluaskannya secara instan dengan teman-teman di media sosial yang berbeda. Instagram menarik masyarakat yang beragam. Instagram merupakan suatu aplikasi untuk membagikan foto kepada para penggunanya, menggunakan sebuah filter digital serta memberikan ke beragam macam fasilitas jaringan sosial termasuk ke dalam Instagram tersebut (Wikipedia, 2025).

Tidak hanya digunakan untuk memposting kegiatan sehari-hari saja, Instagram memiliki banyak fungsi bagi penggunanya termasuk pemerintahan. Sebagaimana diketahui saat maraknya Covid-19 lalu bahwa Instagram telah dimanfaatkan oleh pemerintah untuk melakukan kampanye sosial dalam rangka pencegahan Covid-19. Konten Instagram dirancang dengan baik, sehingga mampu menarik pengguna untuk mengakses konten. Bentuk konten yang menarik membuat kampanye ini berhasil dijalankan (Claristia & Kartasasmita, 2022, 431).

Tidak hanya untuk kampanye pemerintahan, Instagram juga digunakan sebagai platform untuk memasarkan atau mengiklankan bisnis penggunanya, contohnya digunakan sebagai tempat untuk promosi produk hingga jasa. Salah satu bentuk jasa yang ditawarkan adalah jasa untuk monetisasi YouTube. Ketika mengakses Instagram banyak jasa monetisasi yang dapat ditemukan seperti pada akun @monetisasi_pedia.id, @monetisasi_youtube.id, @jasa_monetisasi, @jasamonetisasi.youtube, dan @jasa.monetisasi_.

Jasa joki *monetisasi* ini memberikan bantuan untuk meningkatkan jumlah subscriber channel, yang penting untuk memenuhi syarat monetisasi.

Ada berbagai bentuk layanan yang disediakan diantaranya: 1) Jasa Jam Tayang: Layanan ini membantu meningkatkan jumlah jam tayang video, yang juga penting untuk memenuhi syarat *monetisasi*. 2) Jasa View: Layanan ini membantu meningkatkan jumlah view video, yang dapat meningkatkan visibilitas dan menarik audiens. 3) Jasa *Monetisasi* Lengkap: Beberapa layanan menawarkan paket lengkap yang mencakup semua aspek yang dibutuhkan untuk memenuhi syarat monetisasi (Laman Instagram, 2025).\\

3.2. Deskripsi Tentang Jasa Joki *Monetisasi* Youtube

3.2.1. Latar Belakang Munculnya Jasa Joki *Monetisasi* Youtube di Platform Instagram

Monetisasi biasanya dilakukan oleh seorang *YouTuber* jika sudah memenuhi dan menyetujui syarat dari program *YouTube Partner (YPP)*. Setelah disetujui, hal itu berarti *YouTuber* secara otomatis setuju untuk bekerja sama dengan *YouTube* agar bisa menghasilkan uang dari channel mereka. Dalam kerja sama ini, *YouTuber* perlu menampilkan iklan di setiap video yang mereka unggah dan berusaha menarik banyak penonton, like, dan subscriber. Tujuan dari monetisasi adalah agar para kreator bisa mendapatkan penghasilan dari konten yang mereka buat. Hal ini juga menjadi motivasi bagi mereka untuk terus membuat video yang menarik dan bermanfaat.

Gambar 3.2. Tampilan Monetisasi Youtube



Sumber: <https://support.google.com/youtube/thread/115280051/monetisasi?hl=id>, 2025

Setelah monetisasi YouTube berjalan maka seorang YouTuber akan mendapatkan penghasilan dalam bentuk dolar dari iklan AdSense yang ditayangkan di video tersebut. Adapun besarnya pendapatan tergantung pada jumlah view di channel YouTube mereka. Ada tiga cara untuk melihat penghasilan monetisasi YouTube yaitu sebagai berikut:

- a. Melalui youtube studio. di youtube studio, penghasilan akan diperbarui setiap hari, namun waktunya tidak tetap yaitu bisa pagi, siang, atau sore. Namun pada umumnya banyak orang yang memeriksa penghasilan ini melalui komputer atau PC.

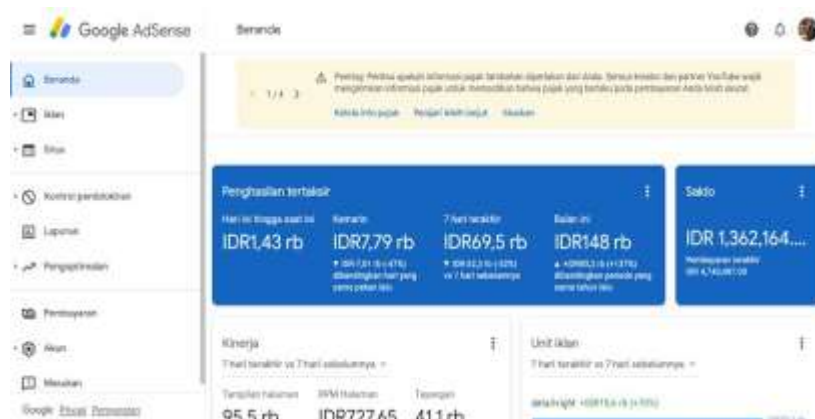
Gambar 3.3. Tampilan Youtube Studio



Sumber <https://retizen.republika.co.id/posts/122973/cara-login-youtube-studio-web-di-pc-dan-android>, 2025

- b. Melalui google adSense. Pada Google adSense, penghasilan tidak diperbarui setiap hari seperti di YouTube Studio. Namun pendapatan di AdSense akan diperbarui sebelum tanggal 15 setiap bulannya.

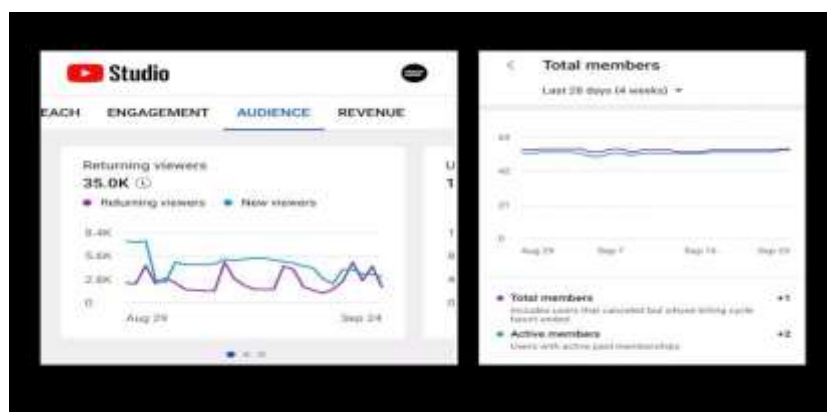
Gambar 3.4. Tampilan Google adSense



Sumber: <https://anymindgroup.com/id/news/blog/15179/> 2025

- c. Melalui aplikasi YT Studio di Smartphone. Dalam hal ini kita juga bisa dengan mudah melihat penghasilan monetisasi YouTube melalui aplikasi "YT Studio" di smartphone. Dengan aplikasi ini, kita bisa memantau performa YouTube dan sudah termasuk cek penghasilan monetisasi. Pembaruan penghasilan di aplikasi ini sama seperti di YouTube Studio yaitu per hari namun waktunya tidak bisa tetap atau dipastikan (Wahid, 2022, 45).

Gambar 3.5. Tampilan YT Studio di Smartphone



Sumber: <https://bloggerpi.com/cara-menggunakan-youtube-studio-terbaru/>, 2025

Pendapatan oleh akun yang telah termonetisasi akan dikumpulkan dulu di akun Google adSense, dan baru bisa dicairkan setelah mencapai minimal 100 dolar AS. YouTuber bisa memilih metode pembayaran, misalnya lewat transfer ke rekening bank. Dengan sistem ini, channel YouTube yang sudah dimonetisasi bisa menjadi sumber penghasilan pasif. Artinya, selama video tetap ditonton banyak orang, uang akan terus masuk, bahkan tanpa harus mengunggah video baru (Ramadhan, 2023, 41).

3.2.2. Bentuk-Bentuk Layanan Jasa Joki Monetisasi Youtube di Platform Instagram

Dalam praktik menaikkan jam tayang YouTube, para penyedia jasa joki biasanya menggunakan dua metode, yaitu metode manual dan metode robot (Hanif, 2021, 53).

- a. Metode manual dilakukan dengan cara menggunakan banyak perangkat seperti handphone atau komputer. Joki akan menonton video dari channel YouTube klien secara bersamaan dengan berbagai akun atau email yang berbeda. Kekurangan dari cara ini adalah harus punya banyak perangkat, butuh kuota internet besar dan prosesnya cukup memakan waktu.
- b. Metode robot dilakukan dengan cara membeli domain lewat aplikasi atau situs tertentu. Setelah membeli, joki akan mendapatkan poin yang bisa ditukar dengan jam tayang, subscriber, like, atau view. Cara ini memang lebih cepat, tapi ada risiko YouTube menganggapnya sebagai aktivitas spam. Kalau itu terjadi, channel bisa kehilangan peningkatan yang sudah didapat, bahkan kembali ke kondisi semula. Kedua bentuk layanan monetisasi ini menawarkan berbagai macam jenis jasa yang dapat dipilih oleh pengguna. Adapun bentuk jasa yang ditawarkan oleh akun-akun joki monetisasi adalah sebagai berikut:

1. Jasa Jam Tayang: Layanan ini membantu meningkatkan jumlah jam tayang video, yang juga penting untuk memenuhi syarat monetisasi.
2. Jasa View: Layanan ini membantu meningkatkan jumlah view video, yang dapat meningkatkan visibilitas dan menarik audiens.
3. Jasa Monetisasi Lengkap: Beberapa layanan menawarkan paket lengkap yang mencakup semua aspek yang dibutuhkan untuk memenuhi syarat monetisasi.

