

Checklist 20 Pertanyaan Sebelum Menyerahkan Akses AdSense

Versi cetak · per September 2026

Centang tiap pertanyaan yang sudah dijawab calon pengelola dengan jelas dan tertulis. Satu jawaban yang mengelak sudah cukup menjadi alasan untuk berhenti.

Cara memakai checklist ini

Checklist ini dibuat untuk menilai pengelola mana pun: agensi, perorangan, teman, atau kami sendiri. Ajukan pertanyaannya secara tertulis, lewat chat atau email, supaya jawabannya tersimpan dan bisa Anda bandingkan dengan isi perjanjian nanti.

Tiap poin berisi dua hal: apa yang ditanyakan dan kenapa, lalu jawaban yang seharusnya membuat Anda mundur. Anda tidak perlu mencari pengelola yang sempurna di dua puluh poin. Anda perlu memastikan tidak ada satu pun jawaban di kolom "mundur".

Alasan kenapa pemeriksaan ini penting ada di satu kalimat dari Google sendiri:

AdSense publishers are ultimately responsible for the traffic to their ads.

Sumber: [AdSense Help, If you want to purchase traffic to your site](#), dicek 22 September 2026.

Artinya pemilik akun AdSense pada akhirnya bertanggung jawab atas trafik ke iklannya, walaupun trafik itu didatangkan orang lain. Pekerjaan bisa didelegasikan; akibatnya tidak ikut pindah.

Identitas pengelola: siapa yang sebenarnya Anda hadapi

☐ 1 Siapa nama orang yang bertanggung jawab, dan apakah kontaknya sama di semua tempat?

Yang Anda cari adalah satu nama manusia yang bisa dimintai pertanggungjawaban, dengan nomor dan alamat yang sama di situs, di perjanjian, dan di percakapan. Pengelola yang serius tidak keberatan wajahnya dikenali.

Mundur kalau: Hanya ada nama brand, admin yang berganti-ganti, atau nomor WhatsApp yang berbeda dari yang tercantum di situsnya.

☐ 2 Apa status usahanya: pribadi, CV, atau PT?

Status pribadi bukan masalah dengan sendirinya, asalkan disebut terus terang dan jelas siapa yang menanggung. Yang Anda uji adalah kecocokan antara klaim dan bukti.

Mundur kalau: Mengaku PT atau CV tapi tidak bisa menunjukkan dokumennya, atau menghindar setiap kali ditanya siapa yang bertanggung jawab secara hukum.

☐ 3 Apakah mereka mengaku berstatus resmi di Google?

Status yang sering disebut adalah Google Certified Publishing Partner. Menurut dokumen resmi Google, syaratnya berat dan tidak bisa diambil sendiri:

Completed initial 6 month onboarding trial; Been managed by a Channel Partner Manager for 1 year; Meet minimum Channel Partner performance requirements; Meet all regional requirements; Pass final certification assessment

Sumber: [Become a Google Certified Publishing Partner \(PDF\)](#), dicek 22 September 2026.

Artinya: lulus trial 6 bulan, dikelola Channel Partner Manager Google selama setahun, memenuhi syarat performa dan regional, lalu lulus asesmen akhir. Pengelola yang tidak berstatus itu tidak otomatis buruk. Yang buruk adalah mengaku berstatus tanpa bisa membuktikannya.

Mundur kalau: Mengaku “partner resmi Google”, “punya orang dalam”, atau bisa mempercepat peninjauan, tanpa bukti apa pun.

Akses dan peran admin: apa yang diminta, dan lewat pintu mana

☐ 4 Akses diberikan lewat undangan ke email mereka, atau lewat email dan sandi Anda?

Cara yang benar adalah Anda mengundang email milik pengelola dari pengaturan akses di akun Anda. Dengan begitu kata sandi tetap di tangan Anda, dan undangan itu bisa Anda cabut sendiri. Uraian langkahnya ada di [apakah akun AdSense boleh dikelola orang lain](#).

Mundur kalau: Meminta email Google utama beserta sandinya, kode verifikasi SMS, atau “login sebentar dari perangkat kami”.

☐ 5 Tingkat akses apa yang diminta, dan untuk pekerjaan apa?

Minta mereka menyebutkan pekerjaan yang membutuhkan akses itu. Kalau mereka meminta peran admin, alasannya harus bisa dijelaskan dengan pekerjaan yang konkret, bukan “biar gampang”.

Mundur kalau: Tidak bisa menjelaskan kenapa butuh akses setinggi itu, atau meminta akses ke layanan Google lain yang tidak ada hubungannya dengan pekerjaan.

☐ 6 Apakah ada data akun yang akan mereka ubah?

Data pembayaran, data pajak, nomor telepon, dan email pemulihan adalah kunci kepemilikan. Semuanya harus tetap Anda yang mengisi dan memegang.

Mundur kalau: Ingin mengganti rekening, alamat pembayaran, nomor pemulihan, atau “membantu mengisi” data pajak Anda.

Sumber trafik: bagian yang paling menentukan nasib akun

☐ 7 Dari mana persisnya trafik akan datang?

Pengelola boleh mendatangkan trafik, tapi kebijakan AdSense menaruh tanggung jawabnya pada pemilik akun, siapa pun yang mengirim trafik itu:

It is your responsibility to ensure that no ad network or affiliate uses such methods to direct traffic to pages that contain your AdSense code.

Sumber: [AdSense Program policies, bagian Traffic sources](#), dicek 22 September 2026.

Artinya Anda wajib memastikan tidak ada jaringan iklan atau afiliasi yang memakai metode terlarang untuk mengirim trafik ke halaman berkode AdSense Anda. Karena itu Anda berhak tahu nama platformnya, bukan sekadar “trafik berkualitas”.

Mundur kalau: “Rahasia dapur”, “trafik premium”, “trafik private”, atau jawaban lain yang tidak menyebut sumber yang bisa Anda periksa.

☐ 8 Apakah ada sumber yang masuk daftar terlarang?

Trafik berbayar tidak otomatis melanggar. Yang disebut terlarang secara spesifik adalah jenis layanan tertentu:

Use third-party services that generate clicks or impressions such as paid-to-click, paid-to-surf, autosurf and click-exchange programs.

Sumber: [AdSense Program policies](#), bagian [Traffic sources](#), dicek 22 September 2026.

Artinya situs ber-AdSense tidak boleh memakai layanan pihak ketiga penghasil klik atau tayangan seperti paid-to-click, paid-to-surf, autosurf, dan tukar klik. Perbandingan sumber yang aman dan yang berbahaya ada di [sumber trafik yang aman untuk AdSense](#).

Mundur kalau: Menyebut layanan yang membayar orang untuk mengklik atau berselancar, tukar kunjungan, paket “sekian ribu views”, atau imbalan bagi orang yang membuka halaman.

☐ 9 Seperti apa halaman tujuan yang akan menerima trafik itu?

Kalau trafik datang dari iklan online, kualitas halaman tujuan ikut menentukan. Kebijakan AdSense menyebut situs tidak boleh:

Receive traffic from online advertising unless the site complies with the spirit of Google's Landing Page Quality Guidelines .

Sumber: [AdSense Program policies](#), bagian [Traffic sources](#), dicek 22 September 2026.

Artinya trafik dari iklan boleh, dengan syarat halaman tujuannya mematuhi semangat pedoman kualitas halaman tujuan Google. Di sisi Google Ads, kebijakan Destination requirements juga menyebut pelanggaran untuk “*Destination content that is designed for the primary purpose of showing ads*” ([Destination requirements](#), dicek 22 September 2026), yaitu halaman yang dibuat terutama untuk memajang iklan. Minta contoh halamannya sebelum setuju.

Mundur kalau: Tidak boleh melihat halamannya, atau halamannya ternyata hanya tempelan artikel pendek yang dipenuhi slot iklan.

☐ 10 Apa yang dilakukan saat trafik terlihat janggal?

Google sendiri punya saran untuk situasi ini, di daftar periksa penyedia trafiknya:

If you find that a traffic provider is sending traffic that you weren't expecting or you're worried about the quality of the traffic, we suggest you turn off that traffic source immediately.

Sumber: [Traffic provider checklist](#), dicek 22 September 2026.

Artinya bila penyedia trafik mengirim trafik yang tidak terduga atau kualitasnya meragukan, sumber itu sebaiknya segera dimatikan. Tanyakan siapa yang memantau, seberapa sering, dan kapan kampanye dihentikan. Tanda-tanda yang perlu diawasi ada di [invalid traffic AdSense](#).

Mundur kalau: Tidak punya prosedur, atau menganggap lonjakan klik sebagai “rezeki” yang tidak perlu diperiksa.

Laporan: bisakah angkanya Anda uji sendiri

☐ 11 Laporan apa yang Anda terima, dan seberapa sering?

Jadwal dan isi laporan harus disebut sejak awal: minimal earning per periode, jumlah tayangan, dan biaya yang dikeluarkan pengelola bila biaya itu ikut menentukan bagi hasil.

Mundur kalau: Laporan “kalau sempat”, atau hanya berupa angka akhir tanpa rincian.

☐ 12 Bisakah laporan itu dicocokkan dengan dasbor Anda sendiri?

Angka earning selalu bisa Anda lihat langsung di dasbor, karena akunnya milik Anda. Kalau bagi hasil dihitung setelah dikurangi biaya iklan, bukti biaya itu juga harus dilampirkan, misalnya invoice atau riwayat transaksi platform iklannya.

Mundur kalau: Keberatan Anda membuka dasbor sendiri, atau menolak melampirkan bukti biaya yang dipakai untuk mengurangi bagian Anda.

☐ 13 Kalau angka laporan dan dasbor berbeda, mana yang dipakai?

Jawaban yang benar hanya satu: dasbor AdSense. Laporan pengelola adalah ringkasan, bukan sumber kebenaran. Cara membaca angkanya ada di [cara membaca laporan AdSense](#).

Mundur kalau: Meminta Anda memakai angka dari laporan mereka, atau dari “sistem internal” yang tidak bisa Anda buka.

Pembayaran: ke mana uang mendarat lebih dulu

☐ 14 Ke rekening siapa pembayaran Google masuk?

Rekening tujuan harus tetap rekening Anda, atas nama yang sama dengan pemilik akun. Pembagian ke pengelola terjadi setelah dana masuk ke Anda.

Mundur kalau: Ingin rekening di akun diganti ke nama lain, atau meminta dana Google langsung diarahkan kepada mereka.

☐ 15 Dari angka apa bagi hasil dihitung, dan biaya apa yang dikurangkan?

Earning kotor, earning setelah potongan, dan profit setelah biaya iklan adalah tiga angka yang sangat berbeda. Minta definisinya tertulis, termasuk biaya apa saja yang boleh dikurangkan dan buktinya.

Mundur kalau: Persentase disebut tanpa dasar hitung, atau daftar biaya yang dikurangkan bisa bertambah sepihak.

☐ 16 Kapan bagian masing-masing dibayar, dan siapa yang menanggung kalau merugi?

Tenggat pembagian harus berupa tanggal atau jumlah hari yang jelas setelah dana cair. Kalau pengelola memakai modal iklan, harus jelas apakah kerugian periode itu ditanggung mereka atau dibebankan kepada Anda.

Mundur kalau: Meminta deposit, biaya pendaftaran, atau “modal bersama” di muka sebelum ada satu pun pembayaran dari Google.

Perjanjian: apa yang tertulis sebelum akses diserahkan

☐ 17 Apakah ada perjanjian tertulis bertanda tangan sebelum akses diberikan?

Perjanjian yang layak memuat ruang lingkup, akses yang diberikan, cara hitung bagi hasil, tenggat pembayaran, prosedur bila akun dibatasi, dan cara mengakhiri kerjasama. Urutannya penting: tanda tangan dulu, akses kemudian. Rincian klausulnya dibahas di [isi perjanjian bagi hasil AdSense](#).

Mundur kalau: "Percaya saja dulu", perjanjian dijanjikan menyusul setelah akses masuk, atau isinya tidak menyebut cara berhenti.

☐ 18 Bagaimana mereka menjelaskan posisi skemanya terhadap kebijakan Google?

Ini pertanyaan yang paling sering dijawab dengan berlebihan. Faktanya, Google mengakui bahwa bagi hasil dengan pihak ketiga itu ada:

If you share revenue with a platform or third party, you can view your revenue share details.

Sumber: [Manage third party access to your AdSense account](#), dicek 22 September 2026.

Artinya jika Anda berbagi pendapatan dengan platform atau pihak ketiga, detail bagi hasilnya bisa dilihat di akun. Tapi jalur yang didokumentasikan di halaman itu adalah mekanisme resmi, misalnya MCM:

Google agrees to facilitate the payment of the revenue share amount owed to your MCM manager on your behalf as defined in the agreement between you and your MCM manager.

Sumber: [Manage third party access, bagian Managed accounts](#), dicek 22 September 2026.

Artinya di dalam MCM, Google memfasilitasi pembayaran bagian pengelola sesuai perjanjian kedua pihak. Perlu dicatat, halaman About Multiple Customer Management menandai fitur itu *"Only available in Google Ad Manager 360"* ([About Multiple Customer Management](#), dicek 22 September 2026), jadi MCM berada di Google Ad Manager, bukan AdSense biasa. Mekanisme resmi lainnya adalah platform partner. Kerjasama bagi hasil yang berjalan di luar MCM dan platform partner tidak punya pengakuan formal dari Google. Jawaban jujur dari pengelola mengakui hal ini dan menjelaskan pengamanannya; jawaban yang patut dicurigai mengklaim restu Google.

Klaim "izin tertulis Google" yang kadang beredar kemungkinan berasal dari salah baca kalimat di Behavioral policies ini: *"Metrics : Publishers may not share access to the AdMob reporting console (unless with AdMob's prior written consent on which metrics to share)."* ([Behavioral policies](#), dicek 22 September 2026). Artinya publisher tidak boleh membagikan akses konsol laporan AdMob tanpa persetujuan tertulis AdMob soal metrik yang dibagikan. Konteksnya AdMob, bukan bagi hasil AdSense.

Mundur kalau: Mengklaim skemanya "sudah disetujui Google" atau "punya izin tertulis Google" tanpa dokumen, atau mengatakan tanggung jawab atas akun Anda di mata Google berpindah kepada mereka.

Keluar dan berhenti: bagian yang paling jarang ditanyakan

☐ 19 Berapa lama komitmen minimumnya, dan bagaimana cara berhenti?

Komitmen minimum bisa masuk akal bila ada alasan teknis, misalnya menunggu siklus pembayaran pertama. Yang penting alasannya jelas, lamanya tertulis, dan setelah itu ada cara berhenti dengan pemberitahuan yang wajar.

Mundur kalau: Masa ikatan panjang tanpa alasan, denda keluar, atau “akses baru dilepas setelah semua saldo dibagi” tanpa batas waktu.

□ 20 Apa yang terjadi kalau akun dibatasi atau dinonaktifkan Google?

Tanyakan urutannya: kapan kampanye dihentikan, data apa yang diserahkan kepada Anda untuk bahan banding, dan bagaimana perhitungan periode berjalan. Prosedur setelah akun dibatasi dibahas di [akun AdSense dinonaktifkan](#).

Mundur kalau: Menjanjikan bisa “mengurus ke Google” atau “membuka limit”, atau langsung menghilang tanpa laporan sumber trafik.

Ringkasan 20 poin dalam satu tabel

Tabel ini untuk dicetak atau disimpan di ponsel saat Anda bercakap dengan calon pengelola. Kolom kanan adalah jawaban yang cukup satu saja untuk menghentikan pembicaraan.

No	Kelompok	Yang ditanyakan	Mundur kalau jawabannya
1	Identitas	Siapa orang yang bertanggung jawab	Hanya nama brand, kontak berganti-ganti
2	Identitas	Status usaha	Klaim PT/CV tanpa dokumen
3	Identitas	Status resmi di Google	Mengaku partner resmi tanpa bukti
4	Akses	Cara akses diberikan	Minta email dan sandi Google
5	Akses	Tingkat akses dan alasannya	Tidak bisa menjelaskan kebutuhannya
6	Akses	Data akun yang akan diubah	Ingin mengganti rekening atau pemulihan
7	Trafik	Sumber trafik	“Rahasia” atau “trafik premium”
8	Trafik	Sumber terlarang	PTC, autosurf, tukar klik, insentif
9	Trafik	Halaman tujuan	Tidak boleh dilihat, isinya pajangan iklan
10	Trafik	Prosedur saat janggal	Tidak ada prosedur penghentian
11	Laporan	Isi dan jadwal laporan	Tidak terjadwal, tanpa rincian
12	Laporan	Dicocokkan dengan dasbor	Menolak lampirkan bukti biaya
13	Laporan	Angka yang dipakai bila beda	Bukan angka dasbor AdSense
14	Pembayaran	Rekening tujuan	Rekening diganti ke nama lain
15	Pembayaran	Dasar hitung bagi hasil	Persentase tanpa definisi biaya
16	Pembayaran	Tenggat dan kerugian	Minta deposit di muka
17	Perjanjian	Perjanjian tertulis	Menyusul setelah akses diberikan
18	Perjanjian	Posisi terhadap kebijakan Google	Mengklaim izin atau restu Google
19	Keluar	Komitmen dan cara berhenti	Ikatan panjang, denda keluar
20	Keluar	Prosedur bila akun dibatasi	Janji bisa membuka limit

Checklist akses AdSense, per September 2026.

Versi daring dan pembaruan: <https://allellpro.id/blog/checklist-akses-adsense> · Dokumen ini boleh dibagikan tanpa diubah.
AdSense adalah merek dagang Google LLC; AllellPro Indonesia tidak berafiliasi dengan Google.