

인스타그램 수익 창출 마스터 플랜: 구조적 분석과 전략적 접근

서론: 인스타그램, 단순한 SNS를 넘어 수익 엔진으로

인스타그램은 단순한 사진 공유 플랫폼을 넘어, 전 세계 수많은 크리에이터와 기업에게 중요한 수익 창출의 장으로 자리매김했습니다. 크리에이터 경제의 확산과 함께, 인스타그램은 콘텐츠 제작자들이 자신의 영향력을 자산으로 전환하고, 팬덤을 기반으로 안정적인 경제적 보상을 얻을 수 있는 다양한 기회를 제공하고 있습니다. 그러나 이러한 수익화 생태계는 끊임없이 변화하고 있으며, 특히 음원 관련 수익 구조와 같은 복잡한 메커니즘에 대한 이해는 성공적인 수익 모델 구축의 핵심입니다.

본 보고서는 인스타그램을 활용한 수익 창출의 다양한 방법을 구조적으로 분석하고, 특히 복잡한 음원 수익의 메커니즘을 심층적으로 해부하는 것을 목표로 합니다. 최신 정책 변화와 함께 각 수익화 모델의 작동 원리, 자격 요건, 그리고 현실적인 수익 규모를 상세히 제시합니다. 이를 통해 인스타그램을 통해 지속 가능한 성장을 목표로 하는 모든 크리에이터, 아티스트, 그리고 소규모 비즈니스 운영자에게 실질적인 전략 가이드를 제공하고자 합니다.

제1장. 인스타그램 수익화의 다면적 구조: 5가지 핵심 모델

인스타그램에서 수익을 창출하는 방법은 하나의 정해진 경로가 아니라, 계정의 규모와 콘텐츠의 성격에 따라 다양한 모델을 조합하여 활용하는 다각적인 접근이 필요합니다. 주요 수익화 모델은 크게 브랜드 파트너십, 제휴 마케팅, 인스타그램 네이티브 기능, 상품 및 서비스 판매, 그리고 외부 플랫폼 연계로 구분할 수 있습니다.

1.1. 브랜드 파트너십 (협찬/광고): 인플루언서 마케팅의 정수

브랜드 파트너십은 인플루언서 마케팅의 가장 핵심적인 형태입니다. 이는 크리에이터가

브랜드와 협력하여 제작한 콘텐츠를 통해 수익을 얻는 방식입니다. 이 모델은 단순히 제품을 홍보하는 것을 넘어, 크리에이터의 영향력을 활용하여 브랜드의 광고 효과를 극대화하는 데 초점을 맞춥니다.

브랜드 콘텐츠 광고는 인플루언서가 만든 콘텐츠를 브랜드의 공식 광고 소재로 사용하는 방식으로 이루어집니다.¹ 인플루언서는 게시물에 파트너십 레이블을 설정하고 광고 권한을 부여하며, 브랜드는 메타 광고 관리자에서 해당 콘텐츠를 활용해 유료 광고를 집행합니다.² 이 방식은 인플루언서를 팔로우하지 않는 잠재 고객에게도 콘텐츠를 도달시켜 "대세감"을 형성하고, 구매나 앱 설치와 같은 고객의 직접적인 전환 행동을 유도하는 데 매우 효과적입니다.¹

이러한 협업을 위해서는 크리에이터와 브랜드 모두 프로페셔널 계정이어야 합니다.² 수익 산정 기준은 팔로워 수, 참여율, 그리고 콘텐츠의 전문 분야에 따라 크게 달라집니다.³ 팔로워 수가 10만에서 50만 명 사이인 마이크로 인플루언서는 연간 \$4만에서 \$10만 정도의 수익을 올릴 수 있으며, 100만 명 이상의 팔로워를 보유한 메가 인플루언서는 월 \$15,356 이상의 수익을 기대할 수 있다는 분석도 존재합니다.⁴

이처럼 브랜드 파트너십은 단순한 광고 노출을 넘어 구체적인 고객 전환을 목표로 하는 전략적 가치를 지니고 있습니다. 이는 브랜드의 궁극적인 목표인 매출 증대와 직결되므로, 크리에이터의 영향력은 더 이상 '좋아요'나 '팔로워 수'와 같은 지표로만 평가되지 않습니다. 대신, 실질적인 구매와 같은 고객 행동에 얼마나 기여했는지를 증명하는 데이터가 크리에이터의 경쟁력을 좌우하는 중요한 요소로 작용하게 됩니다.

1.2. 제휴 마케팅 (커미션/수수료): 성과 기반 수익의 시대

제휴 마케팅은 브랜드가 제공한 추적 가능한 제휴 링크를 통해 발생하는 특정 고객 행동(예: 제품 구매)에 대해 크리에이터에게 보상을 지급하는 성과 기반의 수익 모델입니다.⁶ 크리에이터는 인스타그램 바이오에 제휴 링크를 직접 게시하거나, 쿠팡 파트너스와 같은 제휴 프로그램을 활용하여 콘텐츠 내에서 추천 상품을 소개하고, 팔로워를 프로필 링크로 유도하는 방식으로 수익을 창출할 수 있습니다.⁶

이러한 모델의 성공은 '관계형 커머스'라는 독특한 특성에 기반합니다.⁸ 인스타그램에서 팔로워는 단순히 물건의 기능이나 가격을 따져 구매를 결정하기보다, 자신이 신뢰하고 친밀감을 느끼는 크리에이터가 추천하는 제품을 믿고 구매하는 경향이 있습니다. 이러한 팬덤 기반의 신뢰는 높은 구매 전환율로 이어지며, 이로 인해 판매 수수료가 30~40%에 달할 정도로 높게 책정되는 경우가 일반적입니다.⁷

이러한 관계형 커머스 모델은 인스타그램 수익 창출의 진입 장벽에 대한 기존의 인식을

변화시킵니다. 인플루언서 마케팅이 수만, 수십만 명의 팔로워를 요구하는 반면, 제휴 마케팅은 팔로워 수 자체보다 그들의 충성도가 훨씬 중요합니다. 실제로 "나를 좋아하는 팔로워 1,000명만 있으면 수익화가 가능하다"는 주장도 존재합니다.⁸ 이는 수익 창출의 핵심이 계정의 양적 규모(팔로워 수)가 아닌, 팔로워와의 친밀도와 신뢰라는 질적 요소로 이동하고 있음을 의미합니다. 따라서 수익화를 위해 봇이나 가짜 팔로워를 구매하는 행위는 장기적인 관점에서 무의미하며, 진정성 있는 관계 구축이 가장 중요한 자산이 됩니다.⁹

1.3. 인스타그램 네이티브 기능: 플랫폼이 제공하는 직접 수익

인스타그램은 크리에이터가 플랫폼 내에서 직접 수익을 창출할 수 있도록 다양한 기능을 도입해 왔습니다.

- **구독(Subscriptions):** 크리에이터는 월 구독료를 받고 구독자에게 릴스, 라이브, 스토리 등 독점 콘텐츠를 제공하며, 팬과의 친밀한 커뮤니티를 구축할 수 있습니다.¹⁰ 구독자들은 보라색 왕관 배지를 통해 일반 팔로워와 구분되며, 1:1 채팅 기능 등을 통해 보다 특별한 유대감을 경험합니다.¹¹ 이 기능의 자격 요건은 전문가 계정, 10,000명 이상의 팔로워, 18세 이상, 그리고 특정 국가(한국 포함) 거주 등입니다.⁹
- **기프트(Gifts):** 팬들이 좋아하는 크리에이터를 응원하기 위해 릴스 콘텐츠에 '스타'를 구매하여 선물하는 기능입니다.¹² 크리에이터는 받은 스타 개수에 따라 일정 금액을 정산받게 됩니다.¹² 이 기능은 팔로워 수 500명 이상, 전문가 계정, 18세 이상 등 상대적으로 낮은 자격 요건을 충족하면 이용할 수 있습니다.⁹
- **보너스 프로그램(Bonuses):** 크리에이터의 콘텐츠 성과에 따라 플랫폼이 직접 수익을 분배하는 프로그램입니다.¹² 과거에는 릴스 플레이 보너스 프로그램이 대표적인 사례였습니다. 그러나 인스타그램은 2024년 3월 29일을 기점으로 한국에서 릴스 플레이 보너스 프로그램의 신규 및 갱신 계약을 중단했습니다.¹⁴ 이는 미국과 인도에 이어 취해진 조치로, 기존 계약자에게는 만료 시까지 계약이 유지됩니다.¹⁴

릴스 보너스 프로그램의 종료는 인스타그램을 운영하는 메타의 경영 전략이 '사용자 및 콘텐츠 확보'를 위한 재정적 지원에서 '플랫폼의 자체 수익성 강화'로 전환되고 있음을 보여주는 중요한 신호입니다. 이는 메타가 처음으로 분기 배당금을 지급하는 등 성장 둔화의 신호를 미리 완화하고 수익성과 안정성을 추구하는 전략과 맥을 같이합니다.¹⁷ 이러한 변화는 크리에이터들에게 플랫폼이 직접 제공하는 보상에 의존하기보다, 구독이나 브랜드 파트너십과 같이 자신의 영향력을 직접적인 수익으로 연결하는 모델에 집중해야 한다는 메시지를 던집니다.

1.4. 상품 및 서비스 판매: 개인 브랜드의 성장

자체 상품 또는 서비스를 판매하는 것은 인스타그램을 비즈니스의 핵심 도구로 활용하는 직접적인 방법입니다.

- 물리적 상품 판매: 인스타 마켓, 자체 온라인 쇼핑몰, 또는 재고 부담이 없는 드롭쉬핑 방식을 통해 실제 제품을 판매할 수 있습니다.³ 특히 인스타 마켓은 공동구매(위탁판매) 형태로 시작하는 경우가 많으며, 재고 없이 판매를 위탁받아 높은 수수료를 받는 장점이 있습니다.⁷
- 디지털 상품 및 서비스 판매: 전자책, 온라인 강의, 온라인 컨설팅 등 무형의 전문 지식을 상품으로 판매하거나, 디자인, 영상 제작 등 프리랜서 활동을 홍보할 수 있습니다.³

인스타그램은 이러한 상품 판매를 위한 '미디어 제국'의 홍보 채널로 기능합니다.⁶ 콘텐츠 클립, 미리보기 등을 게시하여 브랜드 인지도를 높이고, 프로필 링크를 통해 외부 웹사이트나 온라인 스토어로 트래픽을 유도하여 궁극적으로 매출을 증대시키는 전략이 효과적입니다.⁶

1.5. 외부 플랫폼 연계: 미러링 및 트래픽 전환

인스타그램을 다른 플랫폼과 연계하여 수익을 다각화하는 전략도 중요합니다.

- 유튜브 쇼츠 미러링: 인스타그램 릴스와 유튜브 쇼츠는 1080x1920 사이즈의 세로형 동영상이라는 포맷이 동일하므로, 릴스 콘텐츠를 유튜브 쇼츠에 동시에 업로드하는 '미러링' 전략을 활용할 수 있습니다.⁷ 이는 저작권 문제나 페널티 없이 두 플랫폼의 수익 기회를 모두 확보하는 효과적인 방법입니다.
- 블로그/웹사이트 트래픽 유도: 인스타그램 게시물로 웹사이트 트래픽을 유도하여 외부 플랫폼에서 발생하는 광고 수익을 증가시킬 수 있습니다.⁶ 이는 인스타그램을 개인 브랜드의 '도구'로 활용하여 실질적인 사업으로 연결하는 핵심 전략 중 하나입니다.

표 1. 인스타그램 주요 수익화 모델 비교

수익화 모델	수익 방식	주요 특징	진입 장벽
--------	-------	-------	-------

브랜드 파트너십	브랜드로부터 광고료 수령	크리에이터의 영향력을 활용한 유료 광고 집행	팔로워 규모(수만 명 이상), 높은 참여율
제휴 마케팅	판매 및 전환에 대한 커미션 수령	관계형 커머스 기반의 높은 수수료	팔로워 규모보다 충성도, 신뢰도
인스타그램 구독	구독자로부터 월 구독료 수령	독점 콘텐츠 제공, 안정적인 정기 수익 모델	팔로워 10,000명 이상, 전문가 계정 등
인스타그램 기프트	팬들이 보내는 '스타' 정산	팬덤 기반의 후원 수익, 비교적 낮은 자격 요건	팔로워 500명 이상, 전문가 계정 등
상품 및 서비스 판매	자체 상품 및 서비스 판매 수익	개인 브랜드 구축의 핵심, 외부 플랫폼 연계 가능	상품/서비스 개발, 초기 투자 필요

제2장. 음원 수익 구조 심층 분석: 아티스트와 크리에이터의 길

사용자가 특히 궁금해하는 음원 수익 구조는 일반적인 수익화 모델과는 다른 복잡한 메커니즘을 가지고 있습니다. 인스타그램에서 음원과 관련된 수익은 크게 음원 권리자(아티스트, 작곡가 등)의 수익과 콘텐츠 크리에이터의 수익으로 나눌 수 있습니다.

2.1. 음악 저작권의 이해와 수익 분배의 원리

음원 수익 구조를 이해하기 위해서는 음악 산업의 수익 배분 원리를 먼저 알아야 합니다. 문화체육관광부가 규정한 「저작권 사용료 징수규정」에 따르면, 음원 스트리밍이나 다운로드로 발생하는 매출은 크게 음악 권리자 진영(저작권자, 저작인접권자)과 플랫폼 운영사인 서비스 사업자가 일정 비율로 배분합니다.¹⁸ 이 비율은 일반적으로 70:30으로, 음악 권리자 측이 70%를 가져가고 플랫폼이 30%를 가져갑니다.¹⁸

음악 권리자 진영의 몫 70%는 다시 다음과 같은 복잡한 비율로 분배됩니다.

권리자	수익 분배율	설명
음반 제작자	52.5%	음원을 제작한 주체에게 돌아가는 몫.
저작권자	11%	작사가, 작곡가 등 창작자에게 돌아가는 몫.
실연자	6.5%	가수, 연주자 등 음원을 실제 연주하고 부른 사람에게 돌아가는 몫.
플랫폼 사업자	30%	멜론, 스포티파이 등 음원을 유통하고 서비스하는 플랫폼의 몫.
총합	100%	자료 출처: 문화체육관광부 「저작권 사용료 징수규정」 ¹⁸

메타(Meta)와 같은 플랫폼 기업은 유니버설 뮤직 그룹(UMG) 등 대형 음반사와 라이선스 계약을 체결합니다.²⁰ 이를 통해 인스타그램 사용자는 해당 음반사가 보유한 음원을 저작권 침해 우려 없이 콘텐츠 배경 음악으로 사용할 수 있게 됩니다.²² 크리에이터가 인스타그램 라이브러리에서 '무료'로 음원을 사용하는 것처럼 보이지만, 사실은 플랫폼이 음반사에 지불하는 막대한 라이선스 비용 덕분입니다. 이는 플랫폼과 음반사 간의 중요한 관계를 보여주며, 이 관계에 균열이 생길 경우 UMG가 틱톡에서 음원을 내린 사례와 같이 크리에이터의 음원 사용 환경에도 영향을 미칠 수 있습니다.²¹

2.2. 음원 권리자를 위한 수익화: 유통과 정산의 메커니즘

자신이 만든 음악의 저작권을 보유한 아티스트나 작곡가는 인스타그램에서 음원 수익을 창출할 수 있습니다. 이 과정은 '음원 유통사(CP)'를 통해 이루어집니다.²³

루트노트(RouteNote)와 같은 음원 유통사는 아티스트의 음원을 스포티파이, 유튜브, 인스타그램 등 글로벌 플랫폼에 배포하고, 음원 사용에 따른 저작권 권리를 보호하며 추가 수익을 얻을 수 있도록 돕습니다.²⁴

유통사마다 수익 분배율은 상이하며, 루트노트의 경우 베이직 프로그램은 음원을 통해 발생한 수익의 85%를 아티스트에게 지급합니다.²⁴ 그러나 플랫폼으로부터 유통사로, 그리고 유통사로부터 아티스트에게로 이어지는 구체적인 정산 방식과 수익 배분 구조는

외부로 상세히 공개되지 않는 경우가 많습니다. 이로 인해 음원 관리자는 자신의 음원이 얼마나 사용되어 어떤 수익이 발생했는지 정확히 파악하기 어려운 '블랙박스' 구조에 놓여있습니다.

2.3. 콘텐츠 크리에이터를 위한 음원 수익: 현실과 기회

일반 콘텐츠 크리에이터가 음원을 활용하여 직접적인 수익을 얻는 경로는 플랫폼 정책 변화로 인해 크게 제한되었습니다. 과거 인스타그램은 '릴스 플레이 보너스' 프로그램을 통해 크리에이터의 오리지널 릴스 콘텐츠가 일정 조회수를 달성하면 직접적인 보상을 지급했습니다.¹⁵ 당시에는 조회수 1만 회당 약 \$5, 5만 회에 \$25의 수익을 올리거나²⁶, 100만 뷰에 6만원 정도의 수익을 창출한 사례가 있었습니다.²⁷

그러나 2024년 3월 29일 이후 한국에서 이 프로그램의 신규 및 갱신이 중단됨에 따라¹⁴, 크리에이터가 '콘텐츠에 음악을 사용했다'는 이유만으로 플랫폼으로부터 직접 보상을 받는 공식적인 통로는 사실상 사라졌습니다. 이러한 변화는 인스타그램 플랫폼 내에서 '음악을 창작하는 행위'와 '음악을 사용하는 행위'로 인한 수익이 완전히 분리되었음을 의미합니다. 이제 음악을 업로드하여 수익을 얻는 것은 '음원 관리자'의 몫이며, 일반 크리에이터는 음악 사용으로 직접적인 금전적 보상을 기대하기 어렵습니다.

이러한 상황에서 '뮤직플렉스'와 같은 서드파티 플랫폼이 새로운 대안으로 떠오르고 있습니다. 이 플랫폼은 크리에이터가 유튜브 쇼츠에 저작권 걱정 없이 사용할 수 있는 음원을 제공하고, 유튜브가 저작권자에게 지급한 음악 라이선스 비용을 크리에이터와 공유하는 방식으로 수익을 창출하게 합니다.²⁸ 이는 인스타그램 음원 수익화와는 별개이지만, 숏폼 콘텐츠 크리에이터에게 음원을 활용한 새로운 수익 모델을 제시한다는 점에서 주목할 만합니다.

제3장. 성공을 위한 전략과 실천 가이드

3.1. 계정 성장을 위한 핵심 전략

인스타그램에서 지속 가능한 수익을 창출하려면 단순한 콘텐츠 업로드를 넘어 체계적인

계정 성장 전략이 필수적입니다.

- 틈새 시장(**Niche**) 공략: 경쟁이 치열한 분야(예: 패션, 반려동물)보다는 회계, 자산 관리 소프트웨어와 같은 덜 경쟁적인 분야에서 전문성을 구축하여 차별화된 콘텐츠를 제작하는 것이 유리합니다.³
- 고품질 및 진정성 콘텐츠 제작: 시각적으로 매력적이고 정보 전달력이 높은 콘텐츠는 물론, 크리에이터 본인의 진정성이 담긴 오리지널 콘텐츠가 중요합니다.⁹ 단순히 조회수 획득만을 목적으로 하거나 대량 생산된 콘텐츠는 수익화에 부정적인 영향을 미칠 수 있습니다.³⁰
- 초기 팔로워 확보: 초기에는 팔로워 1,000명 확보를 목표로 삼는 것이 효과적입니다.⁸ 나와 관심사가 비슷한 계정들을 먼저 찾아 팔로우하고, 댓글로 적극적으로 소통하여 단단한 관계를 만들어가는 '먼저 다가가기' 전략이 필요합니다.⁸

3.2. 수익 극대화를 위한 다각화 전략

단일 수익원에 의존하는 것은 플랫폼의 정책 변화에 취약하므로, 복수의 수익 모델을 조합하는 포트폴리오 전략을 구축해야 합니다.³²

- 수익 포트폴리오 구축: 구독, 기프트, 브랜드 파트너십 등 다양한 수익화 도구를 실험하고, 자신의 콘텐츠와 팬덤에 가장 적합한 조합을 찾아야 합니다.³³
- 콘텐츠 미러링: 인스타그램 릴스를 제작할 때 유튜브 쇼츠에도 동시에 업로드하여 두 플랫폼의 수익 기회를 모두 활용하는 '미러링' 전략을 통해 콘텐츠의 잠재 가치를 극대화할 수 있습니다.⁷

3.3. 필수 준수 사항: 정책, 법률, 그리고 윤리

수익 활동을 시작하기 전, 반드시 플랫폼의 정책과 관련 법률을 숙지해야 합니다.

- 메타의 정책 준수: 수익 창출을 위해서는 전문가 계정으로 전환해야 하며, 만 18세 이상이어야 합니다.⁹ 또한 인위적인 팔로워 증가나 가짜 참여는 계정 가치를 떨어뜨리고 수익화에 악영향을 미치므로 피해야 합니다.³
- 저작권 및 초상권: 자신이 직접 촬영하거나 공유 권한을 얻은 콘텐츠만 사용해야 합니다.³⁴ 타인의 사진이나 영상을 무단으로 사용하거나, 초상권 침해 소지가 있는 콘텐츠는 피해야 합니다. 인스타그램의 라이선스 음악을 사용하는 것은 플랫폼이 음반사와 계약을 맺고 라이선스 비용을 지불하는 구조이므로 비교적 안전합니다.²²

- 광고 공개 의무: 협찬이나 스폰서 게시물에는 반드시 '#ad' 또는 '#sponsored'와 같은 해시태그를 사용하여 광고임을 명확히 공개해야 합니다.³⁵

결론: 인스타그램 수익화의 미래와 크리에이터의 대응 전략

인스타그램의 수익화 생태계는 플랫폼이 '성장' 중심에서 '수익성' 중심으로 전략을 전환함에 따라, 크리에이터들에게 새로운 도전과 기회를 동시에 제시하고 있습니다. 릴스 보너스 프로그램의 종료는 과거처럼 플랫폼이 직접 제공하는 보상에 의존하기 어려운 시대가 도래했음을 상징적으로 보여줍니다.

음원 수익 구조에 대한 분석 또한 이러한 변화를 뒷받침합니다. 음악의 '창작'으로 인한 수익은 음원 권리자에게 집중되고, 일반 크리에이터에게는 간접적인 수익 창출의 기회만 남겨지는 방향으로 생태계가 분리되고 있습니다.

결론적으로, 인스타그램에서 지속 가능한 수익을 창출하기 위한 핵심은 다음과 같습니다. 첫째, 플랫폼의 정책 변화에 흔들리지 않는 강력하고 진정성 있는 개인 브랜드를 구축해야 합니다. 둘째, 단순히 팔로워 수를 늘리는 양적 성장에 집착하기보다, 소수의 충성도 높은 팬 커뮤니티를 형성하는 질적 성장에 집중해야 합니다. 셋째, 구독, 제휴 마케팅, 상품 판매 등 다양한 수익 모델을 조합하는 포트폴리오 전략을 통해 안정적인 경제적 기반을 마련해야 합니다. 이러한 전략적 접근을 통해 크리에이터는 인스타그램을 단순한 소셜 미디어 플랫폼이 아닌, 자신의 영향력을 기반으로 한 견고한 수익 엔진으로 만들 수 있을 것입니다.

참고 자료

1. '인스타그램 파트너십'이란? - About TAGby - 태그바이, 8월 8, 2025에 액세스, <https://about.tagby.io/050ad820-3f02-440d-9318-2c964de61384>
2. 인스타그램 PA 파트너십 광고 설정 및 집행하는 방법 - 브런치, 8월 8, 2025에 액세스, <https://brunch.co.kr/@zIH/6295>
3. 인스타그램을 활용한 수익화 방법 - 브런치, 8월 8, 2025에 액세스, <https://brunch.co.kr/@jusinkhan43pu/281>
4. Instagram 인플루언서의 수입은 얼마인가요? - Path Social, 8월 8, 2025에 액세스, <https://www.pathsocial.com/ko/resources/how-much-do-instagram-influencers-make/>
5. 2024년에 Instagram에서 돈 벌기(9가지 실행 가능한 아이디어) - Shopify, 8월 8, 2025에 액세스, <https://www.shopify.com/kr/blog/make-money-on-instagram>
6. Instagram 수익화 방법: 8가지 전략 - Shopify 대한민국, 8월 8, 2025에 액세스, <https://www.shopify.com/kr/blog/how-to-monetize-instagram>
7. 인스타그램 수익창출! 5가지로 정리됩니다 - 브런치, 8월 8, 2025에 액세스,

- <https://brunch.co.kr/@feda2fcfa123433/10>
8. [일과 이분의 일] 인스타그램에서 수익 파이프라인을 만드는 법 : SERIAL - UPPITY
어피티, 8월 8, 2025에 액세스,
<https://uppity.campaignus.me/serial/?q=YToxOntzOjEyOiJrZXI3b3JkX3R5cGUiO3M6MzoiYWxsljt9&bmode=view&idx=7296122&t=board>
 9. Instagram 수익 창출 요건: 자격이 되나요? - Path Social, 8월 8, 2025에 액세스,
<https://www.pathsocial.com/ko/resources/instagram-monetization-requirements-are-you-eligible/>
 10. 인스타그램 구독으로 수익창출 활성화 기능 - 남시연닷컴, 8월 8, 2025에 액세스,
<https://namsieon.com/6229>
 11. 인스타그램 구독: 2025년 수익화 완전 가이드 - SNS Helper, 8월 8, 2025에 액세스,
<https://sns-helper.com/kr/blog/instagram-subscriptions>
 12. Instagram, 크리에이터 위한 새로운 수익 창출 도구 세 가지 도입 - About Meta, 8월 8, 2025에 액세스,
<https://about.fb.com/ko/news/2023/12/instagram-gift-subscription-bonus-program/>
 13. 보너스로 수익 올리기 | 크리에이터를 위한 Instagram, 8월 8, 2025에 액세스,
https://creators.instagram.com/bonuses?locale=ko_KR
 14. About Instagram Reels Play bonus program rules, 8월 8, 2025에 액세스,
<https://help.instagram.com/183392733628561>
 15. Instagram 릴로 수익 창출하는 방법 | Path Social, 8월 8, 2025에 액세스,
<https://www.pathsocial.com/ko/resources/how-to-monetize-instagram-reels-profit-from-your-content/>
 16. [긴급] 인스타 수익 중단! 8/31전에 '이것' 하세요. #인스타로돈버는법 - YouTube,
8월 8, 2025에 액세스, <https://www.youtube.com/watch?v=ReZo62-IFB0>
 17. 메타의 전략이 완전히 바뀌었고 버락 인플루언서가 양산되고 있습니다 - 메일리,
8월 8, 2025에 액세스, <https://maily.so/lecor.amob/posts/10z32xyerlw>
 18. 뮤지션은 음원으로 어떻게 돈을 버나요? 음원 유통 수익 배분 구조를
알아야합니다!(저작권료? 음원료? 실연료?) | 필수 음악 정보 커뮤니티 - 그라운드 -
GROUNZ, 8월 8, 2025에 액세스, <https://grounz.net/library/view/14>
 19. 음권협, 저작권 분배율 팩트체크... “저작권자·가수·음반제작자는 공동 운명체”
2021-12-17, 8월 8, 2025에 액세스,
https://www.k-mca.or.kr/board/board.php?bo_table=media&idx=747
 20. 메타와 유니버설 뮤직 그룹, AI 음악 문제 위한 라이선스 계약 확대 - AI 매터스, 8월 8, 2025에 액세스, <https://aimatters.co.kr/news-report/ai-news/1828/>
 21. 메타-유니버설뮤직, 라이선스 계약 확대 - 지디넷코리아, 8월 8, 2025에 액세스,
<https://zdnet.co.kr/view/?no=20240813083234>
 22. 수익 창출 안 되는 콘텐츠에 저작권 음악을 사용해도 되나요? : r/editors - Reddit,
8월 8, 2025에 액세스,
https://www.reddit.com/r/editors/comments/1b9t8m0/can_i_post_copyrighted_music_for_unmontized/?tl=ko
 23. 음원유통과 음악 저작권료 수익 정산 배분 방식 - 올번로그, 8월 8, 2025에 액세스,
<https://allburnlog.tistory.com/entry/%EC%9D%8C%EC%9B%90%EC%9C%A0%ED%86%B5%EA%B3%BC-%EC%9D%8C%EC%95%85-%EC%A0%80%EC%9E%91%EA%B6%8C%EB%A3%8C-%EC%88%98%EC%9D%B5-%EC%A0%95%EC%82%B>

- [O-%EB%B0%B0%EB%B6%84-%EB%B0%A9%EC%8B%9D](#)
24. 루트노트로 음원 저작권을 보호하고 음원 수익을 창출하세요, 8월 8, 2025에 액세스,
<https://routenote.com/kr/monetise>
 25. 인스타그램에 앨범을 발매 할 수 있다? // 루트노트 파트너 플랫폼 ..., 8월 8, 2025에 액세스,
<https://routenote.com/kr/blog/%EC%9D%B8%EC%8A%A4%ED%83%80%EA%B7%B8%EB%9E%A8%EC%97%90-%EC%95%A8%EB%B2%94%EC%9D%84-%EB%B0%9C%EB%A7%A4-%ED%95%A0-%EC%88%98-%EC%9E%88%EB%8B%A4-%EB%A3%A8%ED%8A%B8%EB%85%B8%ED%8A%B8-%ED%8C%8C%ED%8A%B8/>
 26. (실제 경험) 인스타그램 릴스 수익창출 조건, 조회수 얼마나 필요할까? - YouTube, 8월 8, 2025에 액세스,
<https://www.youtube.com/watch?v=-88XKMXHcEo&pp=0gcJCfwAo7VqN5tD>
 27. 02화 숏폼 강사가 알려주는) 인스타그램 릴스 하는법 - 브런치, 8월 8, 2025에 액세스, <https://brunch.co.kr/@jiooi/56>
 28. 뮤직플렉스 | Shorts 음원 수익 정산 플랫폼 - 뽀빠, 8월 8, 2025에 액세스,
<https://www.mewpot.com/musicflex/intro>
 29. 뮤직플렉스 (r20 판) - 나무위키, 8월 8, 2025에 액세스,
<https://namu.wiki/w/%EB%AE%A4%EC%A7%81%ED%94%8C%EB%A0%89%EC%8A%A4?uqid=254869e4-8bdd-462b-a594-7fc9c0f17f62>
 30. YouTube 채널 수익 창출 정책, 8월 8, 2025에 액세스,
<https://support.google.com/youtube/answer/1311392?hl=ko>
 31. AI 쇼츠 유튜브 수익화 금지? 2025년 7월 15일 정책 핵심 정리 | - Supertone, 8월 8, 2025에 액세스,
<https://www.supertone.ai/ko/work/youtube-ai-monetization-policy-2025-ko>
 32. 광고 수익 모델 vs 구독 모델: 어느 수익 구조가 더 안정적인가? - 재능넷, 8월 8, 2025에 액세스, <https://www.jaenung.net/tree/12388>
 33. 여러분이 좋아하는 것을 수익으로 전환하세요 | Instagram 크리에이터 ..., 8월 8, 2025에 액세스,
https://creators.instagram.com/earn-cash-making-what-you-love?locale=ko_KR
 34. 유튜버가 주의해야 할 인스타그램 이용 약관에 대해 설명합니다 | MONOLITH LAW OFFICE, 8월 8, 2025에 액세스,
<https://monolith.law/ko/internet/youtuber-instagram-cautionary-points>
 35. 인스타그램 수익화 기업가를 위한 인스타그램 수익화의 비밀 공개 - FasterCapital, 8월 8, 2025에 액세스,
<https://fastercapital.com/ko/content/%EC%9D%B8%EC%8A%A4%ED%83%80%EA%B7%B8%EB%9E%A8-%EC%88%98%EC%9D%B5%ED%99%94-%EA%B8%B0%EC%97%85%EA%B0%80%EB%A5%BC-%EC%9C%84%ED%95%9C-%EC%9D%B8%EC%8A%A4%ED%83%80%EA%B7%B8%EB%9E%A8-%EC%88%98%EC%9D%B5%ED%99%94%EC%9D%98-%EB%B9%84%EB%B0%80-%EA%B3%B5%EA%B0%9C.html>