

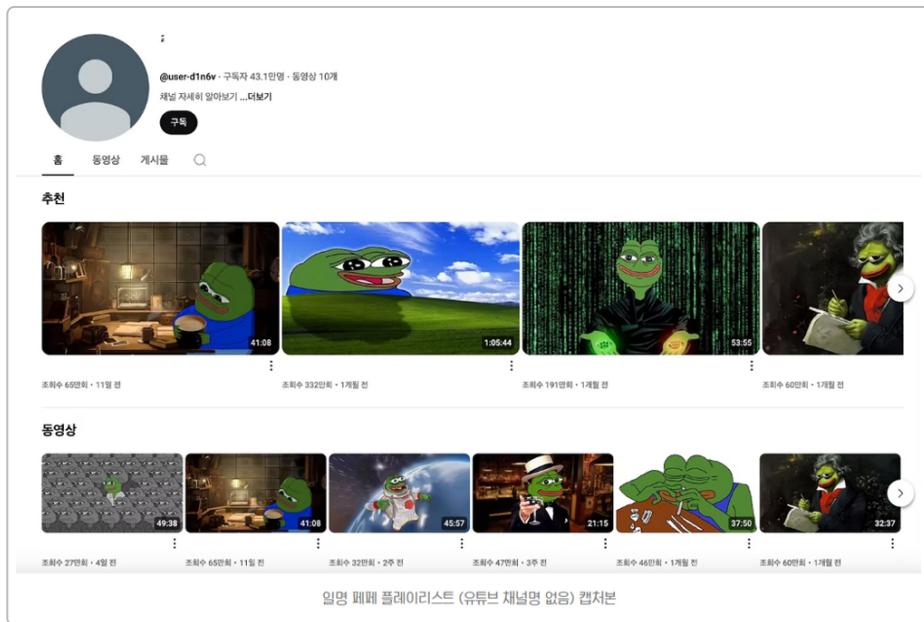


유튜브 감성 플레이리스트 인기 사례 분석

1. 콘텐츠 제목의 특징

감성적인 분위기의 인기 플레이리스트들은 **제목부터 분위기와 상황을 담아내는 경우가 많습니다.** 예를 들어 특정 시간 대나 상황을 강조하는데, “드라이브할 때 듣는 노래”, “이별하고 듣는 곡”, “샤워할 때 듣는 노래” 등 **상황별로 선곡한 제목이 흔합니다** ①. 또한 시나 책의 한 구절을 인용해 **감성적이면서 재치있는 문장형 제목**을 짓기도 합니다 ①. 대표적으로 오사무 다자이의 소설 구절인 “부끄럼 많은 생애를 보냈습니다.” 같은 문학적 표현을 제목으로 써서 감성을 자극한 사례가 있습니다 (채널 때껄룩의 해당 영상은 조회수 328만 회를 기록) ②.

제목 형식은 대체로 [Playlist] 등의 **태그를 앞에 붙이거나**, 한글 제목 뒤에 영어 부제를 함께 쓰는 식으로 **한글과 영문을 혼용하기도 합니다**. 예컨대 “혼자 있고 싶은 밤 | A lonely night playlist”처럼 감성적 한글 문구와 영어 playlist를 조합하는 식입니다. **시리즈물인 경우 제목에 Vol.1, #1 등을 붙여 연속성을 부여하고**, 청자들이 다음 편을 기다리도록 합니다 (예: Sad Pop songs for late nights ☁ Vol.6 등). 한편, **파격적으로 제목을 생략한 경우도 있습니다**, 이른바 ‘페페 플레이리스트’ 채널은 **영상 제목을 아예 비워둔 전략으로 화제가 되었습니다** ③ ④. 이는 “대체 무슨 영상이길래 조회수가 높지?” 하는 **호기심을 유발하여 알고리즘 추천 시 높은 클릭률을 얻었고**, 댓글에서 노래 정보를 묻는 참여를 이끌어냈습니다 ⑤ ⑥.



일명 페페 플레이리스트 채널의 영상 목록. 채널명과 영상제목 없이 개구리 믹 캐릭터 페페 이미지만으로 구성된 것이 특징이다 ③ ⑦.

이처럼 성공한 플레이리스트 제목들은 **키워드 선택이 뛰어나고 공감대를 형성합니다**. 인기 채널들의 제목을 데이터로 분석해보면, 음악이 필요한 순간을 정확히 포착하고 있는 것이 공통점입니다. 예를 들어 출퇴근이나 운전할 때, 상쾌한 아침을 시작할 때, 설레거나 신나는 기분을 유지하고 싶을 때, 공부할 때, 여행을 떠날 때 등으로 나누어진 테마들이 두루 인기였다고 합니다 ⑧ ⑨. 이러한 TPO(시간·장소·상황)에 맞춘 제목 덕분에, 영상이 추천으로 뜰 때 해당 상황의 시청자들을 바로 끌어들이는 효과가 있습니다.

특히 ‘슬픔/고독/그리움/회복’ 감성의 플레이리스트에서는 제목에 이러한 감정을 직접 드러내는 표현이 자주 쓰입니다. “울고 싶을 때 듣는 노래”, “혼자 있고 싶은 밤”, “마음이 지칠 때 위로가 되는 음악” 등처럼 **감정 상태를 구체적으로 언급하거나** ⑩ ⑪ , “너에게 못다 한 말...”처럼 **미련과 그리움을 담은 문장 형태로 호기심을 유발하기도 합니다.** 이러한 감성적인 제목들은 우울한 밤에 공감할 청자들을 끌어모으며, **연속적인 시리즈 제목**(예: 외로움의 감성 플레이리스트 Part 1, 2...)으로 **반복 소비**를 유도하는 전략도 병행됩니다.

2. 썸네일 디자인 요소

썸네일 디자인은 해당 영상의 분위기를 한눈에 전달하는 핵심 요소입니다. 인기 플레이리스트들의 썸네일을 보면 사진 이든 일러스트든 **공통적으로 감성을 자극하는 이미지를** 사용합니다. 가령 슬픈 이별 노래 모음이라면 **눈물이나 빗방울을 연상시키는 쓸쓸한 이미지**, 고독한 밤이라면 혼자 앉은 **뒷모습이나 어두운 도시 거리 사진** 등이 많이 활용됩니다. 일러스트도 인기인데, 유명한 lofi girl 사례처럼 애니메이션 풍 그림이나 캐릭터를 내세워 정서적 연결고리를 만들기도 합니다. 실제로 폐페 플레이리스트 채널은 개구리 캐릭터 폐페의 다양한 **밈 일러스트**를 썸네일로 내세워, **밈에 익숙한 젊은 층의 시선을 사로잡고 감정 이입을 도왔습니다** ⑤ ⑫ . 폐페 캐릭터는 행복, 우울, 만족 등 다양한 감정을 직관적으로 표현하는데, 이런 **감정 표현 캐릭터와 음악의 감성이 조화되어 시너지 효과를 낸 사례입니다** ⑯ .

썸네일 **톤과 색상**도 중요합니다. 감성 플레이리스트들은 전체적으로 **부드럽고 통일된 색감**을 사용하는 경향이 있습니다. 슬픈 테마는 **차분한 블루나 그레이 계열로**, 힐링 테마는 **포근한 파스텔톤이나 노을빛처럼 따뜻한 색감**을 사용하는 것입니다. 또한 **레트로 필름 효과나 빈티지 질감**을 넣어 추억을 자극하기도 합니다. 실제 디자인 템플릿에도 “감성 필름 프레임 컨셉의 플레이리스트”, “감성적인 우주 배경” 등의 썸네일 스타일이 인기 샘플로 제시될 정도로, **필름 사진 느낌의 디자인**이나 몽환적인 배경이 선호됩니다 ⑯ .

텍스트 사용은 영상마다 다르지만, **썸네일에 제목이나 테마를 살짝 적어두는 경우**도 있습니다. 폰트는 분위기에 따라 결정되는데, 손글씨 느낌의 필기체나 깔끔한 고딕체 등을 사용해 **과하지 않게 감성을 살리는 디자인**이 많습니다. 다만 너무 빽빽한 문구보다는 **심플한 키워드 한두 개 또는 채널의 로고 정도**를 넣고, 이미지 자체의 분위기에 집중시키는 썸네일이 효과적이라 분석됩니다 ⑯ . 결국 썸네일은 **클릭을 부르는 첫인상**으로, **영상의 감정 테마를 시각적으로 암시**하면서도 피드에서 돋보이도록 디자인하는 것이 성공 요인입니다. 예를 들어, 한 플레이리스트 채널에서는 한강 야경 사진에 작은 한글 캘리그래피로 “우리 추억”이라고 써넣은 썸네일을 일관되게 써서, **공통된 시리즈 정체성과 눈길을 끄는 감성을 동시에 잡았습니다**.

3. 영상 길이와 챕터 구성

영상 길이는 감성 플레이리스트에서 중요한 요소입니다. 대체로 **한 곡만 있는 영상보다는 여러 곡을 엮어 20~60분 내외의 긴 영상이 인기입니다**. 이는 배경음악처럼 틀어놓기 좋고, 여러 노래를 이어 감상하며 감정에 흡뻑 젖을 시간을 제공하기 때문입니다. 실제로 인기 플레이리스트들은 30분~1시간 정도 분량이 많고, 경우에 따라 2~3시간짜리 대용량 모음집도 있습니다. 예컨대 추억 발라드 모음 같은 영상은 4시간이 넘는 분량으로 올려 지속 재생을 노린 사례도 있죠. 영상이 길어지면 **시청 유지 시간이 늘어나 유튜브 알고리즘에 유리한 측면이 있습니다**. 사용자는 몰입해서 듣다 보면 영상 하나로 오래 머물고, 플랫폼은 이를 긍정적으로 평가해 더 많이 추천해주기 마련입니다 ⑯ .

챕터 구조(타임스탬프)도 중요한데, 여기에서는 채널들마다 전략이 갈립니다. 일부 큐레이션 채널들은 영상 내 챕터 또는 고정 댓글로 **수록곡 리스트를 공개**하여 사용자가 원하는 곡으로 바로 넘어갈 수 있게 합니다. 이는 편의를 높여 **사용자 만족도를 높이는 전략입니다**. 예를 들어 한 위로곡 플레이리스트 영상 설명에 “노래 리스트는 고정 댓글을 확인해주세요”라고 안내한 사례도 있습니다 ⑯ . 반면에 폐페 플레이리스트처럼 **곡 정보를 전혀 제공하지 않는 경우**도 있습니다 ⑯ . 곡명을 숨기면 궁금증을 유발해 댓글로 질문과 답변이 오가게 만들고, 오히려 커뮤니티 참여도와 재생 완주율을 높이는 효과가 있었습니다 ⑯ . 이러한 두 접근 모두 입장일단이 있는데, **정보를 열어줄 경우 이용자 편의와 신뢰도 향상으로 채널 충성도를 높일 수 있고, 정보를 제한할 경우 몰입감과 참여를 높여 알고리즘 상 추천에 유리한 시청지표 개선 효과를 볼 수 있습니다**.

결과적으로 인기 채널들은 영상 길이를 충분히 확보하여 하나의 영상으로 완결된 감성 경험을 제공하면서, 각자의 운영 철학에 따라 챕터 제공 여부를 최적화하고 있습니다. 다만 너무 과도하게 긴 영상은 첫 클릭 허들을 높일 수 있고, 너무 짧으면 몰입이 깨질 수 있어, 적정 길이와 구성을 찾아 반복적으로 적용하는 것이 공통된 노하우입니다.

4. 댓글 반응 유형 및 인기 댓글 경향

감성 플레이리스트 영상들의 댓글 창은 작은 커뮤니티가 됩니다. 청자들은 노래 감상평뿐만 아니라 자신의 감정과 경험 담을 이야기하며 서로 유대감을 형성합니다¹⁸. 예를 들어 공부용 플레이리스트 영상엔 “수험생들이 음악 들으러 왔다가 서로 격려하는 댓글도 많다”는 관찰이 있었는데, 실제로 “다들 파이팅입니다, 우리 꼭 성공해요!” 같이 서로를 다독이는 댓글이 음악 얘기만큼이나 달립니다¹⁹. 슬픈 플레이리스트에는 “여기 모인 분들 모두 행복해졌으면 좋겠다”처럼 익명의 위로를 건네는 댓글이 높은 공감을 얻고, 반대로 유머러스한 댓글이 분위기를 풀어주기도 합니다. 이런 따뜻한 댓글 문화 덕에 “노래 들으러 왔다가 위로까지 받고 간다”는 사용자 반응도 나타납니다¹⁹.

인기 댓글을 보면 해당 플레이리스트의 영향력을 보여주는 내용이 많습니다. 예컨데 채널 때껄룩의 한 인기 댓글은 “당신 때문에 유튜브 프리미엄 결제했습니다. 조회수는 제가 책임지겠습니다”라고 적혀 있습니다²⁰. 이 짧막한 글에는 그 플레이리스트가 너무 좋아서 광고 없이 반복 재생하려고 결제까지 했다는 열성 팬의 마음과, 조회수를 올리겠다는 재치 있는 다짐이 담겨 있죠. 또 코지팝 채널 영상의 인기 댓글로 “약속 준비하다가 친구한테 전화해서 오늘 못 나간다고 했다”는 이야기도 있습니다²⁰. 이는 음악에 심취한 나머지 약속까지 취소했다는 농담 반 진담 반의 썰로, 다른 청자들의 공감을 사며 높은 추천을 받았습니다. 이러한 썰풀이형 댓글들이 많이 달려 댓글 자체로 하나의 콘텐츠가 되는 현상까지 나타납니다(음악 채널 때껄룩의 댓글 창이 대표적인 예로 언급됩니다).

또 한 가지 특징은, 댓글에서 질문과 답변이 활발하다는 것입니다. 특히 곡 정보가 없는 영상에서는 “이 노래 아시는 분?” 질문에 다른 구독자가 답해주며 서로 돋는 분위기를 연출합니다⁶. 이를 통해 모르는 사람들끼리도 짧은 대화와 교감을 나누고, 채널에 대한 친밀도를 느끼게 됩니다. 일부 채널에서는 아예 업로더가 댓글로 타임스탬프와 곡명을 제공하고 “좋은 시간 되세요”라고 인사하여, 청자들도 “덕분에 좋은 음악 알아가요 감사합니다” 등 감사 인사를 남기는 선순환입니다. 결론적으로, 성공한 감성 플레이리스트들의 댓글엔 공감과 위로, 웃음과 썰, 정보 교환까지 다양하면서도 긍정적인 반응들이 주를 이루고 있습니다. 이러한 댓글 문화는 시청자들을 재방문하게 만드는 원동력이자, 알고리즘에 의해 영상이 더 퍼질 수 있게 하는 숨은 힘입니다¹⁶.

5. 조회수 상승 트리거 메커니즘

감성 플레이리스트 콘텐츠가 폭발적인 조회수를 달성하게 된 배경에는 여러 메커니즘이 있습니다. 우선 가장 큰 역할을 하는 것은 유튜브의 추천 알고리즘입니다. 알고리즘이 한번 포착하여 피드에 노출시키면, 비슷한 취향의 사람들이 순식간에 몰려들어 조회수가 급등하는 경향이 있습니다²¹. 그렇다면 알고리즘은 어떤 영상을 선택할까요? 높은 클릭률과 시청 지속시간이 핵심입니다¹⁶. 앞서 언급한 대로 감성 플레이리스트들은 공들인 제목과 썸네일로 클릭을 유도하고, 길이와 구성으로 시청자를 오래 머물게 합니다. 예를 들어 페페 플레이리스트 영상들은 제목 미스터리 효과와 임 썸네일로 피드 노출 시 호기심 클릭을 이끌어 CTR을 높였고, 댓글 유도 전략으로 시청 지속시간과 재방문율을 향상시켜 알고리즘 상위노출을 이루었습니다⁵¹⁶. 한 번 추천 피드를 타고 뜨면 그 폭발력은 대단해서, 개설 3주 만에 구독자 18만을 돌파한 사례도 있습니다³²².

높은 참여도(engagement) 또한 알고리즘 가속 요인입니다. 좋아요, 댓글, 공유, 구독 증가가 영상의 인기도를 높여 악순환이 아닌 선순환을 만들입니다²³. 페페 채널의 경우 제목이 없다 보니 영상을 다시 찾기 위해 구독·좋아요·공유를 할 수밖에 없는 구조였고, 이것이 자연스레 좋댓구알(좋아요·댓글·구독·알림설정) 수치를 올려 줬습니다²³. 이렇게 쌓인 초기 지표들이 다시 추천 노출을 늘리고, 더 많은 시청자를 불러오는 자기증폭 효과를 냈습니다.

알고리즘 외에도 외부 트리거들이 조회수 상승을 견인하는 경우가 있습니다. 그 중 하나는 SNS 입소문과 커뮤니티 공유입니다. 플레이리스트 영상 링크가 트위터나 카페, 디씨인사이드 등에서 “이거 레전드”라며 퍼지면 순식간에 조회수가 올라갑니다. 유명 연예인이나 인플루언서가 특정 플레이리스트를 언급해 준 사례도 있는데, 실제로 걸그룹 레드벨벳의 조이 등이 때껄룩 채널의 팬이라고 밝히면서 화제가 되어 그 채널에 새 이용자가 유입되기도 했습니다²⁴.

또 다른 메커니즘은 **Shorts(쇼츠)**나 **TikTok** 등의 짧은 영상 연계입니다. 일부 음악 크리에이터는 플레이리스트 홍보용으로 쇼츠 클립(예: 플레이리스트에 담긴 노래의 하이라이트)을 올려 폭발적인 조회수를 얻고, 그 설명이나 댓글에 본 편 플레이리스트 링크를 달아주는 전략을 씁니다. 쇼츠는 유튜브 메인 동영상과 알고리즘이 분리되어 있지만, 쇼츠로 팬을 모아 채널 구독을 유도하고 결국 본 영상 조회로 연결하는 **마케팅 루트**가 될 수 있습니다. 반대로 플레이리스트에 담긴 곡이나 분위기가 유행하면, 관련 쇼츠 영상들이 생성되며 **자연스럽게 원본 영상도 추천되는 경우가 있습니다.** 예를 들어 어떤 배경음악이 TikTok에서 밤이 되면, 그 음악이 포함된 유튜브 플레이리스트 영상에도 사람들이 찾아오는 식입니다.

마지막으로 **재업로드와 시리즈화 전략**도 조회수 상승에 기여합니다. 유튜브는 저작권 이슈로 플레이리스트 영상이 종종 차단되는데, 이를 편곡 변경이나 영상 수정으로 다시 올려 지속적으로 조회수를 확보하는 채널도 있습니다. 혹은 “광고 없이 다시 듣는 ○○ 모음”처럼 같은 선곡을 새로운 버전으로 업로드하여 꾸준히 트래픽을 일으키기도 합니다. 인기있는 테마는 **연속 시리즈 제작**으로 이어져, Part 1에서 반응이 좋으면 Part 2,3를 내며 **기존 팬들의 재시청과 신규 유입**을 모두 노리는 것입니다. 이러한 방식으로 채널 리플레이이는 초기에는 아티스트 조합 플리로 반응을 보고, 곧바로 상황별 감성 플리 시리즈를 쌓아올려 성공을 거뒀습니다 ²⁵. 특히 동시에 두 개의 영상이 알고리즘을 탄 적도 있었는데 (“우리 나중에 파리 가면…”과 “이거 듣는 순간 하트 시그널” 플레이리스트가 동시에 인기 폭발) ²⁵, 이처럼 **트렌디한 소재나 키워드**를 제목에 넣어 시류를 탄 것도 주요 트리거였습니다.

요약하면, **알고리즘 추천을 타기 위한 초기 설계(제목·썸네일·시청시간 확보)**와 **시청자 참여를 극대화하는 전략이 조회수 상승을 이끌었으며, 여기에 외부 입소문, 쇼츠 연계, 콘텐츠 반복 활용** 등의 부스터가 더해져 거대한 조회수를 달성한 것입니다.

슬픔·고독 계열 감성 플리의 표현과 반복 소비 전략

마지막으로, 감성 플레이리스트 중에서도 ‘슬픔/고독/그리움/회복’ 계열 테마의 콘텐츠에 대해 좀 더 살펴보겠습니다. 이러한 우울·외로운 분위기의 플레이리스트는 **시리즈 구조와 반복 소비**를 특히 잘 유도하는 경향이 있습니다. 우선 **제목 표현**에서 공통적인 패턴이 나타나는데, 직접적으로 “슬픈 노래”, “외로운 밤”, “그리움 가득한 하루”처럼 **감정을 콕 집어 표현**하거나, “오늘도 수고했어, 이제 울어도 돼”처럼 **위로의 메시지를 건네는 문구를 활용합니다**. 이러한 제목들은 힘든 감정을 가진 시청자들에게 **말 건네듯 다가와 공감을 주기에, 클릭과 체류를 자연스럽게 이끕니다**.

또한 이 카테고리의 채널들은 **연속 시리즈**를 통해 충성도를 높입니다. 예를 들어 Sad Pop이라는 채널이 late nights 시리즈를 Vol.1, Vol.2...Vol.6까지 낸다면, 첫 영상을 좋게 들은 사람들은 다음 볼륨도 찾아 듣게 됩니다 ¹⁰. 시리즈마다 비슷한 썸네일 디자인과 포맷을 유지해 **브랜드화된 감성을 쌓고, 매번 번호를 올리며 “이번 편도 기대된다”는 반응을 이끌죠**. 특히 외롭거나 우울한 감정은 **지속적이고 주기적으로 찾아오는 경우가 많아서**, 많은 이들이 해당 플레이리스트를 **즐겨찾기해두고 반복 재생합니다**. 앞서 언급된 댓글처럼, 아예 유튜브 프리미엄을 결제해서 광고 없이 매일 듣는 이용자도 있을 정도입니다 ²⁰. 이런 **반복 소비**는 조회수의 꾸준한 상승은 물론 알고리즘상의 **지속 인기 콘텐츠**로 자리매김하게 해줍니다.

콘텐츠 전략 면에서도, 슬픔·고독 계열 플레이리스트는 **치유와 공감을 전면에 내세웁니다**. 영상 도입부나 고정 댓글에 “**오늘 힘들었죠? 이 음악들이 작은 위로가 되길 바랍니다**” 같은 **한두 마디의 따뜻한 멘트**를 추가해 시청자의 마음을 어루만지고 시작하는 식입니다. 이는 이용자로 하여금 **정서적 연결**을 느끼게 해 댓글 참여를 높이고, 곧 **커뮤니티화**로 이어집니다. 또한 **플레이리스트 연장선 콘텐츠**로, 예를 들어 슬픈 노래 모음 뒤에 명언이나 시 구절 이미지를 덧붙인 짧은 영상이나 커뮤니티 포스트를 올려, 채널에 지속 머무르게 하는 경우도 있습니다.

정리하면, 슬픔·고독 테마의 인기 플레이리스트들은 **적절한 감성 키워드 활용, 문학적이고 위로적인 표현, 일관된 시리즈 포맷**, 그리고 **청자의 반복청취 습관을 고려한 전략**으로 사랑받고 있습니다. 이러한 세심한 기획 덕분에 우울한 밤 누군가에게는 매일 찾는 친구 같은 플레이리스트가 되고, 그 결과 높은 조회수와 긴 수명周期을 지닌 콘텐츠로 자리하게 되는 것입니다. 각 사례에서 발견된 공통 성공 요인은 결국 “**공감**”입니다 – **제목으로 공감, 썸네일로 공감, 댓글로 공감**을 이루어낸 플레이리스트야말로 꾸준히 울림을 주며 승승장구하고 있습니다 ¹⁵ ⁶.

Sources: 성공적인 유튜브 플레이리스트 채널 및 콘텐츠에 대한 뉴스/칼럼 분석 26 6 , 데이터 분석 리포트 8 9 , 업계 인터뷰 자료 27 등.

1 18 26 '선곡 맛집' 유튜브 플레이리스트 인기…창작자 고민은 깊어진다

<https://www.dailian.co.kr/news/view/1082545>

2 15 20 레터] [playlist] 내가 사랑한 다비데터 - 메일리

<https://maily.so/marsinmarine/posts/2qzp8y6wo4x>

3 4 5 6 7 12 13 16 22 23 선택받은 자만이 들을 수 있다는 "페페 플레이리스트"의 모든 것 - 아이보스 칼럼 - 아이보스

<https://www.i-boss.co.kr/ab-74668-4364>

8 9 유튜브 플레이리스트, 눈길을 사로잡는 제목의 비밀은?

<https://maily.so/kimlou/posts/7g1o4dpvove>

10 sadpop playlist 올고 싶을 때 듣는 노래 | 슬픈 팝송 | ...

<https://www.youtube.com/watch?v=IU6IRCb-f5s>

11 PLayLiST 마음이 쓸쓸할때 듣는 노래 플레이리스트 - YouTube

<https://www.youtube.com/watch?v=8YIEj-eyvl8>

14 전문적인 디자인을 위한 무료 노래 유튜브 템플릿 1 페이지 | 미리캔버스

https://www.miricanvas.com/ko/template/youtube_thumb/%EB%85%B8%EB%9E%98

17 [Playlist] 지친 하루 위로가 되어줄 플레이리스트 - YouTube

<https://www.youtube.com/watch?v=Vxo4GFTMGo0>

19 위로 담은 유튜브 플레이리스트, MZ세대 취향 저격 - 경남도민일보

<https://www.idomin.com/news/articleView.html?idxno=793274>

21 25 27 찾아 듣는 플레이리스트를 만들고 싶다면

<https://brunch.co.kr/@socociety/50>

24 레드벨벳·더보이즈도 팬 자청한 유튜브 선곡 맛집 - 오마이스타

https://star.ohmynews.com/NWS_Web/OhmyStar/at_pg.aspx?CNTN_CD=A0002743611