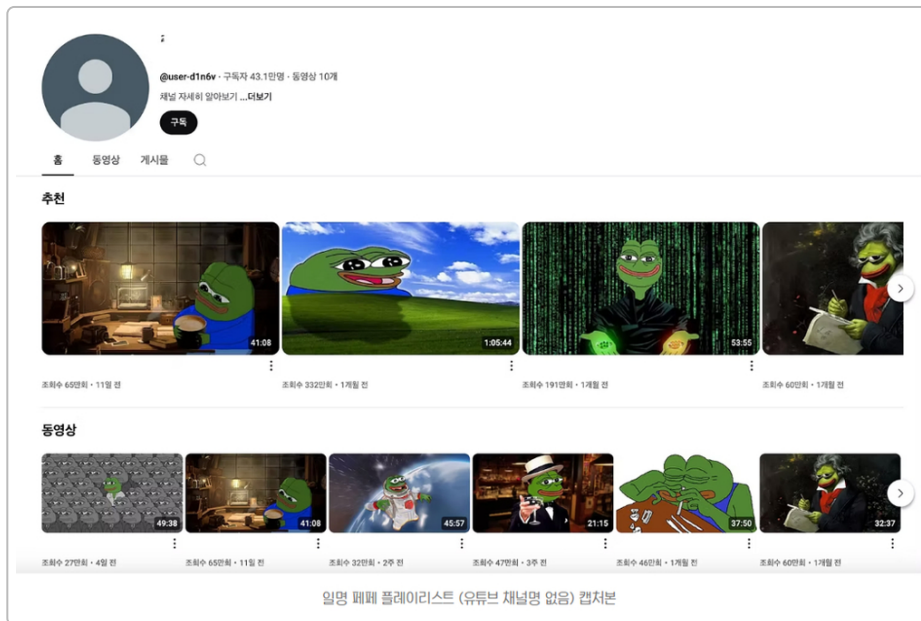


유튜브 감성 플레이리스트 인기 사례 분석

1. 콘텐츠 제목의 특징

감성적인 분위기의 인기 플레이리스트들은 **제목부터 분위기와 상황을 담아내는** 경우가 많습니다. 예를 들어 **특정 시간 대나 상황을 강조**하는데, “드라이브할 때 듣는 노래”, “이별하고 듣는 곡”, “샤워할 때 듣는 노래” 등 **상황별로 선곡한 제목**이 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 때죽죽의 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 혼용**하기도 합니다. 예컨대 “혼자 있고 싶은 밤 | A lonely night playlist”처럼 감성적 한글 문구와 영어 playlist를 조합하는 식입니다. **시리즈물**인 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 생략**한 경우도 있는데, 이른바 ‘페페 플레이리스트’ 채널은 **영상 제목을 아예 비워둔** 전략으로 화제가 되었습니다 ③ ④. 이는 “대체 무슨 영상이길래 조회수가 높지?” 하는 **호기심을 유발**하여 알고리즘 추천 시 높은 클릭률을 얻었고, 댓글에서 노래 정보를 묻는 참여를 이끌어냈습니다 ⑤ ⑥.



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

이처럼 성공한 플레이리스트 제목들은 **키워드 선택이 뛰어나고 공감대를 형성**합니다. 인기 채널들의 제목을 데이터로 분석해보면, **음악이 필요한 순간을 정확히 포착**하고 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 언급**하거나 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 **일러스트**든 **공동적으로 감성을 자극하는 이미지**를 사용합니다. 가령 슬픈 이별 노래 모음이라면 **눈물이나 빗방울** 을 연상시키는 **쓸쓸한 이미지**, 고독한 밤이라면 **혼자 앉은 뒷모습이나 어두운 도시 거리** 사진 등이 많이 활용됩니다. **일러스트**도 인기인데, 유명한 lofi girl 사례처럼 애니메이션 풍 그림이나 캐릭터를 내세워 정서적 연결고리를 만들기도 합니다. 실제로 페페 플레이리스트 채널은 개구리 캐릭터 페페의 다양한 밈 일러스트를 썸네일로 내세워, **밈에 익숙한 젊은 층의 시선을 사로잡고 감정 이입을 도왔습니다** 5 12. 페페 캐릭터는 행복, 우울, 만족 등 다양한 감정을 직관적으로 표현하는데, 이런 **감정 표현 캐릭터와 음악의 감성이 조화**되어 시너지 효과를 낸 사례입니다 13.

썸네일 **톤과 색상**도 중요합니다. 감성 플레이리스트들은 전체적으로 **부드럽고 통일된 색감**을 사용하는 경향이 있습니다. 슬픈 테마는 **차분한 블루나 그레이 계열**로, 힐링 테마는 **포근한 파스텔톤**이나 노을빛처럼 따뜻한 색감을 사용하는 식입니다. 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 배경**이 선호됩니다 14.

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 뻑뻑한 문구보다는 **심플한 키워드 한두 개** 또는 **채널의 로고** 정도를 넣고, 이미지 자체의 분위기에 집중시키는 썸네일이 효과적이라 분석됩니다 15. 결국 썸네일은 **클릭을 부르는 첫인상**이므로, **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 정체성**과 **눈길을 끄는 감성**을 동시에 잡았습니다.

3. 영상 길이와 챕터 구성

영상 길이는 감성 플레이리스트에서 중요한 요소입니다. 대체로 **한 곡만 있는 영상**보다는 **여러 곡을 엮어 20~60분 내외의 긴 영상**이 인기입니다. 이는 배경음악처럼 틀어놓기 좋고, 여러 노래를 이어 감상하며 **감정에 흠뻑 젖을 시간을 제공**하기 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 시간**이 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 리스트**를 공개하여 사용자가 원하는 곡으로 바로 넘어갈 수 있게 합니다. 이는 편의를 높여 **사용자 만족도를 높이는 전략**입니다. 예를 들어 한 위로곡 플레이리스트 영상 설명에 “노래 리스트는 고정 댓글을 확인해주세요”라고 안내한 사례도 있습니다 17. 반면에 페페 플레이리스트처럼 **곡 정보를 전혀 제공하지 않는** 경우도 있습니다 6. 곡명을 숨기면 궁금증을 유발해 **댓글로 질문과 답변이 오가게 만들고**, 오히려 **커뮤니티 참여도와 재생 완주율**을 높이는 효과가 있었습니다 6. 이러한 두 접근 모두 일장일단이 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 확보**하여 하나의 영상으로 완결된 감성 경험을 제공하면서, 각자의 운영 철학에 따라 **채널 제공 여부를 최적화**하고 있습니다. 다만 너무 과도하게 긴 영상은 첫 클릭 허들을 높일 수 있고, 너무 짧으면 몰입이 깨질 수 있어, **적정 길이와 구성**을 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 경험담을 이야기**하며 서로 유대감을 형성합니다 ¹⁸. 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 댓글**이 음악 얘기만큼이나 달립니다 ¹⁹. 슬픈 플레이리스트에는 “여기 모인 분들 모두 행복해졌으면 좋겠다”처럼 **익명의 위로**를 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 나타납니다 ¹⁹.

인기 댓글을 보면 해당 플레이리스트의 **영향력을 보여주는 내용**이 많습니다. 예컨대 채널 때죽룩의 한 인기 댓글은 “당신 때문에 유튜브 프리미엄 결제했습니다. 조회수는 제가 책임지겠습니다”라고 적혀 있습니다 ²⁰. 이 짝맞는 글에는 그 플레이리스트가 너무 좋아서 **광고 없이 반복 재생하려고 결제까지 했다**는 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 있습니다 ²⁰. 이는 **음악에 심취한 나머지 약속까지 취소**했다는 농담 반 진담 반의 썰로, 다른 청자들의 공감을 사며 높은 추천을 받았습니다. 이러한 **썰풀이형 댓글**들이 많이 달려 **댓글 자체로 하나의 콘텐츠**가 되는 현상까지 나타납니다 (음악 채널 때죽룩의 댓글 창이 대표적인 예로 언급됩니다).

또 한 가지 특징은, **댓글에서 질문과 답변이 활발**하다는 것입니다. 특히 곡 정보가 없는 영상에서는 “이 노래 아시는 분?” 질문에 다른 구독자가 답해주며 **서로 돕는 분위기**를 연출합니다 ⁶. 이를 통해 모르는 사람들과도 **짧은 대화와 교감**을 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 인사**를 남기는 선순환이 보입니다. 결론적으로, 성공한 감성 플레이리스트들의 댓글엔 **공감과 위로, 웃음과 썰, 정보 교환**까지 다양하면서도 **긍정적인 반응**들이 주를 이루고 있습니다. 이러한 댓글 문화는 시청자들을 **재방문**하게 만드는 원동력이자, 알고리즘에 의해 영상이 더 퍼질 수 있게 하는 숨은 힘입니다 ¹⁶.

5. 조회수 상승 트리거 메커니즘

감성 플레이리스트 콘텐츠가 **폭발적인 조회수**를 달성하게 된 배경에는 여러 메커니즘이 있습니다. 우선 가장 큰 역할을 하는 것은 **유튜브의 추천 알고리즘**입니다. 알고리즘이 한번 포착하여 피드에 노출시키면, 비슷한 취향의 사람들이 순식간에 몰려들어 조회수가 급등하는 경향이 있습니다 ²¹. 그렇다면 알고리즘은 어떤 영상을 선택할까요? **높은 클릭률과 시청 지속시간**이 핵심입니다 ¹⁶. 앞서 언급한 대로 감성 플레이리스트들은 공들인 제목과 썸네일로 클릭을 유도하고, 길이와 구성으로 시청자를 오래 머물게 합니다. 예를 들어 페페 플레이리스트 영상들은 **제목 미스터리 효과**와 썸네일로 피드 노출 시 호기심 클릭을 이끌어 **CTR을 높였고**, 댓글 유도 전략으로 **시청 지속시간과 재방문율**을 향상시켜 알고리즘 상위노출을 이루었습니다 ⁵ ¹⁶. 한 번 추천 피드를 타고 뜨면 그 **폭발력은 대단해서**, 개설 3주 만에 구독자 18만을 돌파한 사례도 있습니다 ³ ²².

높은 참여도(engagement) 또한 알고리즘 가속 요인입니다. 좋아요, 댓글, 공유, 구독 증가가 영상의 인기를 높여 **악순환이 아닌 선순환**을 만듭니다 ²³. 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 줬습니다 ²³. 이렇게 쌓인 초기 지표들이 다시 추천 노출을 늘리고, 더 많은 시청자를 불러오는 **자기증폭 효과**를 냈습니다.

알고리즘 외에도 **외부 트리거**들이 조회수 상승을 견인하는 경우가 있습니다. 그 중 하나는 **SNS 입소문과 커뮤니티 공유**입니다. 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 때죽룩 채널의 팬이라고 밝히면서 화제가 되어 그 채널에 새 이용자가 유입되기도 했습니다 ²⁴.

또 다른 메커니즘은 **Shorts(쇼츠)나 TikTok 등의 짧은 영상 연계**입니다. 일부 음악 크리에이터는 플레이리스트 홍보용으로 쇼츠 클립(예: 플레이리스트에 담긴 노래의 하이라이트)을 올려 폭발적인 조회수를 얻고, 그 설명이나 댓글에 본편 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 추천**되는 경우가 있습니다. 예를 들어 어떤 배경음악이 TikTok에서 밈이 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 버전**으로 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 리플레이는 초기에는 아티스트 조합 플리로 반응을 보고, 곧바로 상황별 감성 플리 시리즈를 쌓아올려 성공을 거뒀습니다²⁵. 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 추천**을 타기 위한 초기 설계(제목·썸네일·시청시간 확보)와 **시청자 참여를 극대화**하는 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 메시지**를 건네는 문구를 활용합니다. 이러한 제목들은 힘든 감정을 가진 시청자들에게 **말 건네듯 다가와 공감**을 주기에, 클릭과 체류를 자연스럽게 이끍니다.

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 됩니다¹⁰. 시리즈마다 비슷한 썸네일 디자인과 포맷을 유지해 **브랜드화된 감성**을 쌓고, 매번 번호를 올리며 “**이번 편도 기대된다**”는 반응을 이끌죠. 특히 외롭거나 우울한 감정은 **지속적이고 주기적으로 찾아오는 경우가 많아서**, 많은 이들이 해당 플레이리스트를 **즐거찾기해두고 반복 재생**합니다. 앞서 언급된 댓글처럼, 아예 유튜브 프리미엄을 결제해서 광고 없이 매일 듣는 이용자도 있을 정도입니다²⁰. 이런 **반복 소비**는 조회수의 꾸준한 상승은 물론 알고리즘상의 **지속 인기 콘텐츠**로 자리매김하게 해줍니다.

콘텐츠 전략 면에서도, 슬픔·고독 계열 플레이리스트는 **치유와 공감**을 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 이미지**를 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週期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 있습니다¹⁵ 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 다비레터 - 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 울고 싶을 때 듣는 노래 l 슬픈 팝송 l ...

<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=Vxo4GFTMG00>

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/@cociety/50>

24 레드벨벳·더보이즈도 팬 자칭한 유튜브 선곡 맛집 - 오마이스타

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