



아티스트 채널을 만드는 방법

공식 아티스트 채널(Official Artist Channel, OAC)이란 내 팬과 새로운 리스너를 위한 기본 공간으로, 내 음악과 브랜드, 활동, 커뮤니티 등 나에게 대한 모든 것을 한눈에 보여주는 방문 페이지입니다.

인지도를 높이는 공간

매달 20억 명이 넘는 로그인 사용자가 YouTube에서 뮤직비디오를 시청하기 때문에 내 채널을 만들면 수많은 시청자에게 다가가는 동시에 열성 팬들과 깊이 있고 의미 있는 소통을 할 수 있습니다.

20억 명+

매달 뮤직비디오를 시청하는
로그인 시청자 수

OAC를 사용해야 하는 이유

OAC는 아티스트의 작품을 총망라한 채널로 모든 구독자를 모을 수 있는 공간입니다. 하나의 채널에서 시청자는 보다 쉽게 음악을 즐길 수 있으며, 아티스트, 음반사, 매니저는 채널을 관리할 수 있습니다. OAC는 채널 이름 옆에 **음표 아이콘**이 표시되며 기존 YouTube 채널들을 바탕으로 자동 생성됩니다.

아직 OAC가 없다면 신청하세요. [신청 방법 자세히 알아보기](#)

채널 맞춤설정

설정 시작하기

1. YouTube 스튜디오에 로그인합니다.
2. 왼쪽 메뉴에서 '맞춤설정'을 선택합니다.
3. 3가지의 탭 옵션이 있습니다.
 - 기본 정보
 - 브랜딩
 - 레이아웃

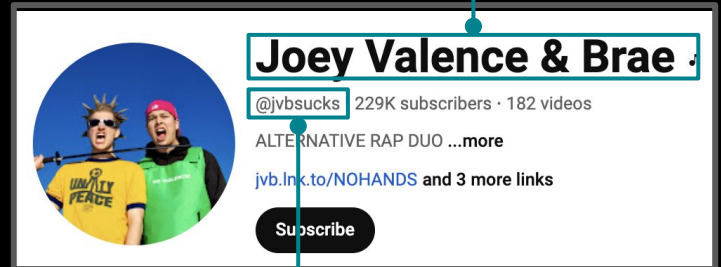
각 섹션을 설정할 때
고려해야 할 점을 알아보겠습니다.



기본 정보

채널 이름

채널 이름은 팬들이 검색 결과에서 쉽게 내 공식 채널을 찾고 YouTube 전반에서 내 공식 동영상을 알아볼 수 있게 돕는 역할을 합니다. 공식 아티스트 이름이나 밴드 이름을 OAC의 이름으로 사용하세요. 이름에 영문자나 공백이 들어갈 경우 공식 발표곡에 사용하는 이름과 동일하게 유지하세요. '공식', 'TV', '채널', 'YouTube', '음악', '프로덕션'과 같은 군더더기는 이름에 넣지 않는 것이 좋습니다.



채널 핸들

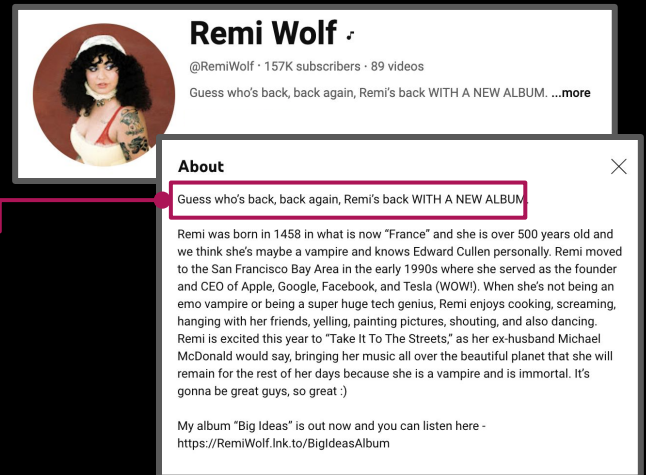
핸들은 채널 이름과는 구분되는 고유하고 짧은 식별자입니다. 채널 이름은 주로 동영상과 채널을 찾는 데 사용되지만, 채널 핸들은 Shorts 피드나 댓글 등 YouTube 전반에서 내 채널을 바로 찾는 데 사용됩니다. [여기에서 자세히 알아보기](#)

핸들은 공식 채널 이름과 비슷하게 만들거나 다른 소셜 채널과 일관되게 만드세요. 내가 사용하고 싶은 핸들 이름을 이미 누군가가 사용하고 있어도 걱정할 필요는 없습니다(동영상을 추천하는 방식에는 영향을 미치지 않습니다!). 내 브랜드에 어울리는 단어나 문구, 심지어 재치 있는 유머를 추가해도 고유한 핸들이 될 수 있습니다.

설명

채널의 정보 섹션은 나를 소개하는 공간입니다. 나와 내 음악에 관해 유머를 섞어 재치 있게 설명하세요. 백과사전처럼 지루하게 나열할 필요는 없습니다.

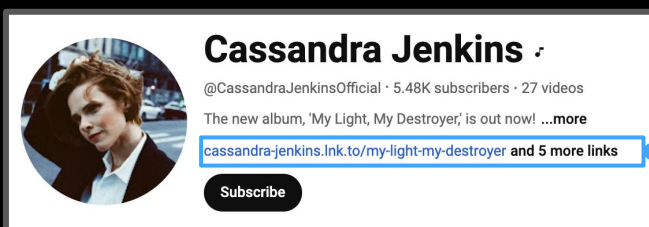
- 특히 설명의 첫 번째 줄은 채널 헤더에 표시되므로 매우 중요합니다. 노출도가 높은 이 공간을 활용해 신곡을 들어 보라고 권하고, 곧 공개될 프로젝트나 중요한 발표 소식도 살짝 알려주세요.
- 첫 번째 줄을 자주 업데이트하여 항상 최신 소식을 표시하세요.
- 아티스트 약력은 YouTube 검색과 아티스트의 개별 YouTube 채널, YouTube Music에서도 표시될 수 있다는 점을 기억하세요.



링크

채널의 '홈' 탭에는 최대 14개의 링크를 추가할 수 있으며, 모든 링크는 YouTube [외부 링크 정책](#)을 준수해야 합니다. 첫 번째 링크가 OAC의 구독 버튼 근처에 눈에 띄게 표시되며 나머지 링크는 시청자가 링크 표시줄을 클릭하거나 채널의 정보 섹션으로 이동하면 표시됩니다.

많은 아티스트가 이 섹션을 이용해 Linktree, 공식 웹사이트, 기타 자신이 홍보하려는 다른 소셜 플랫폼 등을 연결합니다.



브랜딩

배너

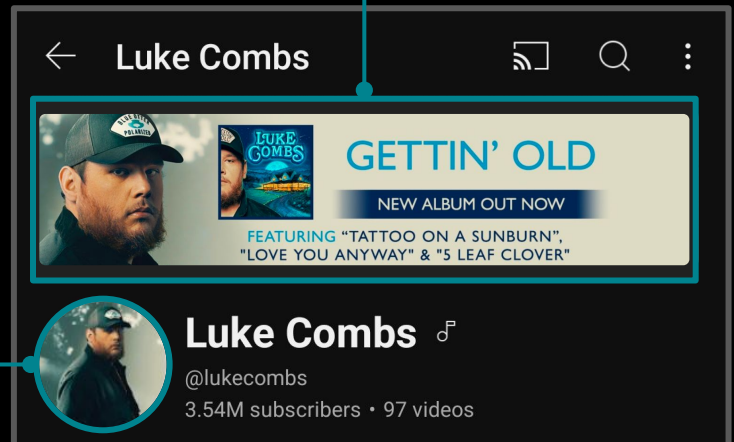
배너(채널 아트)는 채널 페이지 최상단에 표시되는 큰 이미지입니다. 채널을 대표하는 시각적 이미지인 동시에 기능적으로 활용할 수도 있습니다!

- 신곡을 예고하거나, 투어 일정을 발표하거나, 상품을 선보이는 데 배너를 사용해 보세요.
- 내 채널 아이콘 및 기타 소셜 미디어 프로필과 일관된 디자인을 사용해 통일성 있고 전문적인 느낌을 주세요.

사진

프로필 사진(아바타 또는 채널 아이콘)은 플랫폼에서 나를 나타내는 이미지입니다. 검색 결과 및 댓글 섹션에서 채널 이름 옆에 표시됩니다.

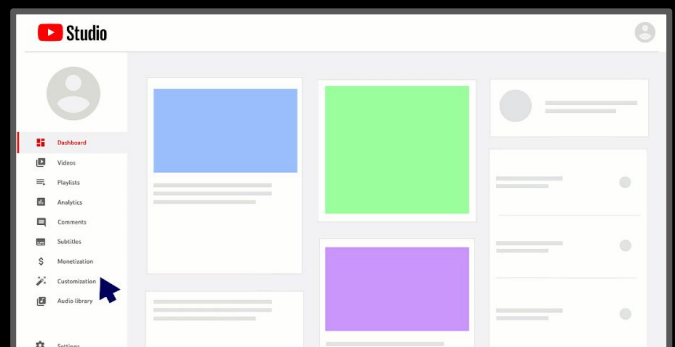
- 다른 소셜 플랫폼에서도 사용하는 일관성 있고 쉽게 눈에 띄는 이미지를 선택하세요. 이러한 일관성은 브랜드 아이덴티티를 강화하며 팬들이 나를 쉽게 알아보는 데에도 도움이 됩니다.



채널 레이아웃

채널 섹션

채널 섹션을 사용하면 OAC에 어떤 콘텐츠와 동영상, 재생목록을 표시할지 결정하여 내가 원하는 대로 채널 페이지를 구성할 수 있습니다. 채널 섹션은 채널 페이지의 추천 동영상 아래에 표시되며 시청자는 여러 섹션을 통해 내 콘텐츠를 빠르게 둘러볼 수 있습니다. OAC에서는 추가로 선택할 수 있는 채널 레이아웃 옵션이 있습니다.



일반 채널 섹션 외에도 다음 탭을 OAC에 포함할 수 있습니다.

발표곡

'발표곡' 섹션은 자동 생성되는 탭으로, 모든 공식 콘텐츠가 포함되기 때문에 시청자가 한곳에서 내 음악을 빠르게 찾을 수 있습니다.

동영상, Shorts, 라이브

'동영상', 'Shorts', '라이브' 탭에서는 OAC에 있는 이 3가지 형식의 모든 최근 콘텐츠를 자동으로 가져옵니다. 이 중 제작하지 않는 형식이 있더라도 괜찮습니다. 업로드한 콘텐츠가 있는 형식의 경우에만 해당하는 탭이 만들어집니다.

일반 채널 섹션

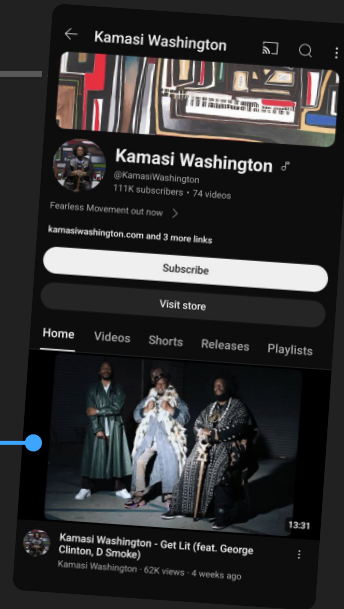
일반 채널 섹션을 활용하면 홈페이지를 최대 12개의 맞춤 섹션으로 구성할 수 있습니다. 일반적으로 이 섹션에는 특정 재생목록을 선택해 표시하지만 동영상이나 여러 재생목록, 회원 전용 콘텐츠, 추천 채널, '추천' 섹션 등으로 구분하여 구성할 수도 있습니다.

채널 레이아웃(계속)

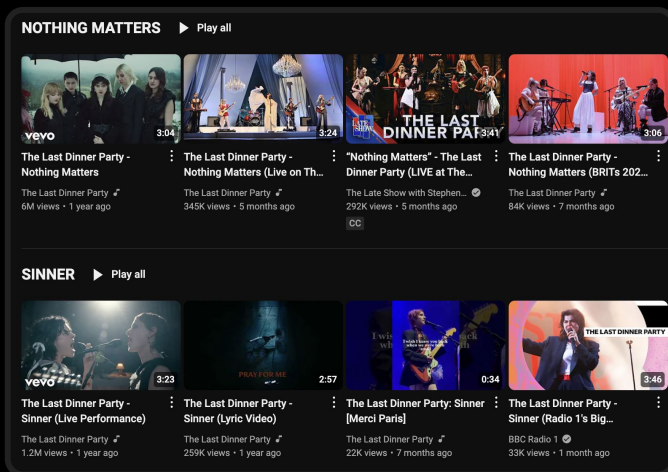
주목할 만한 동영상

주목할 만한 동영상을 사용하면 OAC 상단에 표시할 동영상을 선택할 수 있는데, 내가 업로드한 동영상만 아니라도 표시 가능합니다.

- 최근 활동과 관련된 동영상을 표시하는 데 주력하세요.
- 더 세부적으로 맞춤설정하고 싶다면 신규 방문자와 재방문 구독자에게 서로 다른 동영상이 표시되도록 설정할 수 있습니다.



기타 스튜디오 설정



The Last Dinner Party는 싱글 발표곡과 관련된 동영상(서드 파티 업로드 동영상 포함)을 재생목록으로 선보입니다. 이후 더 많이 노출되도록 채널 섹션에서 이 재생목록을 제공합니다.

재생목록

재생목록은 YouTube의 음악 관련 시청률을 끌어올리는 최대 트랙픽 소스 중 하나입니다. 콘텐츠를 정리, 선별하고 사용자가 접근하기 쉽게 만들어 시청 시간을 늘리는 효과가 있습니다.

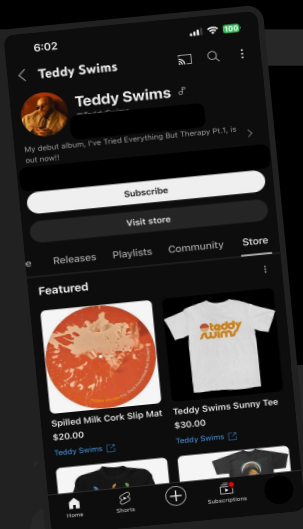
- 내 콘텐츠를 다양한 재생목록으로 정리 및 맞춤설정하고 정기적으로 업데이트해야 합니다.
- 콘텐츠를 종류별로 분류하여 재생목록을 만드세요. 예를 들어 인터뷰, 투어 콘텐츠, 앨범별 콘텐츠, 자체 제작 콘텐츠 등의 재생목록을 만들 수 있습니다.
- 다른 채널에서 게시한 동영상도 재생목록에 포함할 수 있습니다. 팬 업로드 영상, 라이브 공연, 공동작업 등을 활용해 재생목록을 만들어 보세요.
- 재생목록이 더 쉽게 발견되도록 하고 싶다면 동영상 설명란에 재생목록 링크를 걸어 주세요. 흥미를 느낀 시청자가 곧바로 시청을 시작할 수 있습니다.

재생목록 이용 방법:

YouTube 스튜디오 → 콘텐츠 → 재생목록으로 이동하세요.

채널 스토어

YouTube Shopping은 자격 요건을 갖춘 아티스트가 YouTube에서 자신의 스토어를 통해 제품과 상품을 쉽게 홍보할 수 있도록 합니다. 스토어를 채널에 연결하면 스토어 탭, 제품 태그, 제품 섹션을 **사용**할 수 있게 됩니다. **여기**에서 상품을 OAC에 직접 연결하는 방법을 자세히 알아보세요.



동영상 수준에서 할 일

제목과 썸네일로 동영상에 대한 관심 유도

동영상은 YouTube의 아티스트 전략에서 주축이 되는 요소입니다. 제목 및 썸네일 등의 요소를 최적화하면 **동영상에 대한 관심을 끌어내고 아티스트로서 내 브랜드의 일관성을 유지**할 수 있습니다. 이러한 요소는 동영상 업로드 과정에서 업데이트할 수 있습니다. 동영상 실적에 영향을 미치는 요인은 여러 가지가 있지만 특히 제목과 썸네일은 시청자 관심을 유도하는 데 핵심적인 역할을 합니다. 잠재적 시청자가 동영상을 볼지 말지 결정하기 전에 제일 먼저 보게 되는 요소이기 때문입니다. 여기에서는 긴 형식 콘텐츠에 초점을 맞춰 살펴보겠습니다.

참고로 Shorts 동영상의 각 요소를 최적화할 때는 긴 형식 콘텐츠와는 다른 부분에 유념해야 합니다.

제목

제목은 검색 환경에서 썸네일 바로 아래에 표시되므로 무엇보다도 정확하고 간결해야 합니다. **음악에서 가장 중요한 검색어인 아티스트 및 노래 이름을 제목의 앞부분에 놓으세요.** 또한 제목에 콘텐츠 유형(예: '공식 뮤직비디오')을 명시하면 팬들이 확신을 가지고 콘텐츠를 클릭할 수 있습니다.

제목을 작성할 때는 일관성이 핵심입니다. 영문 대소문자와 구두점도 일관되어야 합니다. **격식이 있는 형식은 아니어도 되지만 스타일이 내 브랜드에 적합하고 모든 동영상에서 일관성을 유지해야 합니다.**

아티스트 이름 - 노래 제목(형식)

공식 뮤직비디오
공식 오디오
비주얼라이저
리믹스비디오
비하인드 스토리

공식 뮤직비디오
/비주얼라이저

눈길을 사로잡는 고품질 콘텐츠

공식 오디오

앨범 아트 활용

리믹스비디오

가독성 높은 텍스트 사용

비하인드 스토리

제작 장비를 보여주기도 하는 있는 그대로의 장면

썸네일

썸네일은 콘텐츠의 광고판과 같습니다. 효과적인 썸네일을 사용하면 시청자의 클릭을 유도하고 콘텐츠에 대한 기대치를 설정할 수 있습니다. **시청자가 가장 먼저 알아차리기를 원하는 요소를 집중적으로 강조하세요. 내 브랜드에 충실하며 눈길을 사로잡되 너무 복잡하지 않은 고대비 이미지를 사용하세요.**

팁: YouTube 분석에서 **클릭률**을 확인하여 썸네일과 제목을 보고 시청자가 콘텐츠를 클릭하고 있는지 파악하세요.

썸네일 전략을 개선하는 데 도움이 더 필요하신가요?

썸네일 테스트 및 비교를 확인해 보세요. 이 기능을 사용하면 최대 3개의 동영상 썸네일을 업로드하여 시청자에게 테스트한 후 최고의 썸네일을 고를 수 있습니다. 옵션을 3개까지 선택할 수 있다는 점에서 일반적인 A/B 테스트보다 더 발전된 기능입니다. 처음에는 동영상 몇 개를 골라 연습 삼아 테스트해 본 다음, 새 동영상에 적용해 보세요.

Your test report

Running time

Thumbnails

Watch time



Thumbnail 1

40%



Thumbnail 2

10%



Thumbnail 3

50%

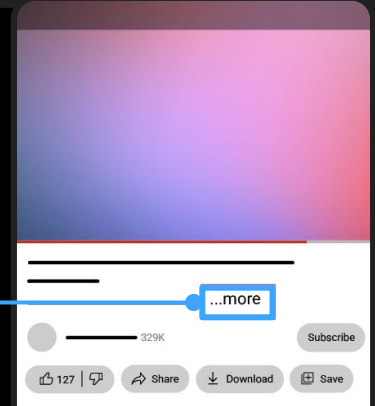
STOP TEST

DONE

설명

설명에는 YouTube 알고리즘과 시청자에게 동영상 내용을 알려주는 역할을 합니다. 설명은 두 부분으로 나누어 생각할 수 있는데, 첫 번째는 시청자가 데스크톱이나 휴대기기에서 '더보기'를 클릭하기 전에 보게 되는 내용이고 두 번째는 클릭한 후에 보게 되는 내용입니다.

'더보기'의 전반부 공간에는 시청자가 클릭을 하도록 유도하는 정보를 제공하고 나머지 공간에는 간단한 동영상 요약, 가사, 투어 일정, 공동작업자 소개, 소셜 링크 등을 포함하세요. 동영상 제목 위에 해시태그 3개를 추가하여 검색 결과를 개선할 수도 있습니다.



팁: 신곡, 진행 중인 투어, 상품 출시 등의 내용으로 클릭 유도 문구를 새로 작성하여 업로드 후 시간이 경과했지만 여전히 인기 있는 동영상의 설명을 업데이트해 보세요.

정답이 아닌 가이드라인입니다

위에서 제시한 동영상에 대한 안내는 YouTube 플랫폼에서 효과가 확인된 사항들을 바탕으로 한 일반적인 가이드라인이며 꼭 지켜야 하는 요구사항은 아닙니다. 아티스트의 동영상과 채널은 예술적 정체성의 연장선에 있으므로 무엇보다도 나를 진정성 있게 표현하는 것이 중요합니다.

실제 아티스트의 사례를 살펴보세요



01

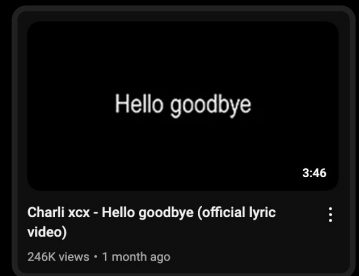
ZENTYARB

ZENTYARB는 공식 티저 썸네일의 핵심 포인트로 날짜를 활용했습니다. 이 전략 덕분에 티저가 맛보기 영상임을 시청자들이 바로 알아차렸으며, 곧 발표될 신곡에 대한 기대감을 높였습니다.

02

Charli XCX

Charli는 일관성 있는 썸네일 및 제목 전략을 고수합니다. 제목에서 동영상 형식을 명시하는 데 소문자만 사용하며 업로드하는 모든 동영상에 같은 스타일을 적용하여 큰 효과를 보고 있습니다. 또한 최근 리믹스비디오를 위해 단순한 검은색 배경에 흐릿한 흰색 텍스트를 사용하는 썸네일 전략을 채택했습니다. 이렇게 단순하면서도 확실한 전략은 시청자의 관심을 사로잡는 동시에 전반적인 앨범 브랜딩과도 직접적으로 연결됩니다.



03

Caroline Polachek

효과적인 썸네일을 사용하면 시청자가 제목을 읽지 않아도 예상을 할 수 있습니다. Caroline Polachek은 뷰파인더를 통해 바라본 흐릿한 이미지를 썸네일로 활용하여 비하인드 영상임을 빠르고 효과적으로 전달했는데, 이 방법은 콘텐츠 주제에 어울릴 뿐만 아니라 시청자의 참여도 효과적으로 유도하고 있습니다.

아티스트를 위한 리소스가 더 필요하신가요 ?

YouTube 웹사이트에서 최신 권장사항 플레이북과 아티스트 성공 사례를 확인하세요 →