

2023 상반기 미디어 이슈 결산

상반기 주요 이슈로 보는 2023 미디어 트렌드: **RENEW**

• MEDIA

MARKET

CONSUMER



재정비되는 미디어 시장

RENEW

1

AI 서비스로 RENEW

네이버, '옴니서치' AI로 쇼핑 검색 서비스 고도화
네이버, AI 검색 최적화를 위한 UI/UX 개편
구글, 생성형 AI로 이용자의 사용성 향상

2

관심사를 중심으로 RENEW

네이버, 카페에 '커뮤니케이션 애드' 적용
네이버, '네이버톡' 출시하고 오픈채팅 서비스 강화
카카오톡, '오픈채팅' 서비스 전면 배치
네이버, 관심사 중심으로 모바일 홈 화면 개편
틱톡, 추천피드 새로고침 기능 도입

3

숏폼 생산성을 위한 RENEW

인스타그램, 손쉬운 릴스 제작을 돕는 기능 업데이트
페이스북, 릴스 강화를 위한 기능 고도화

4

광고 효율성을 위한 RENEW

틱톡, 브랜드와 크리에이터를 연결해주는 플랫폼 오픈
틱톡, 광고 효율 높이는 '틱톡 프로모션' 기능 확대
인스타그램, 홍보 효과 높이는 알림 광고 출시

01.

AI 서비스로 RENEW

최근 빅테크 기업들이 AI를 결합한 새로운 서비스를 앞다투어 내놓고 있습니다.
AI 패권 경쟁이 이제 막 본격화 된 만큼 시장을 선점하는 것이 중요하기 때문입니다.

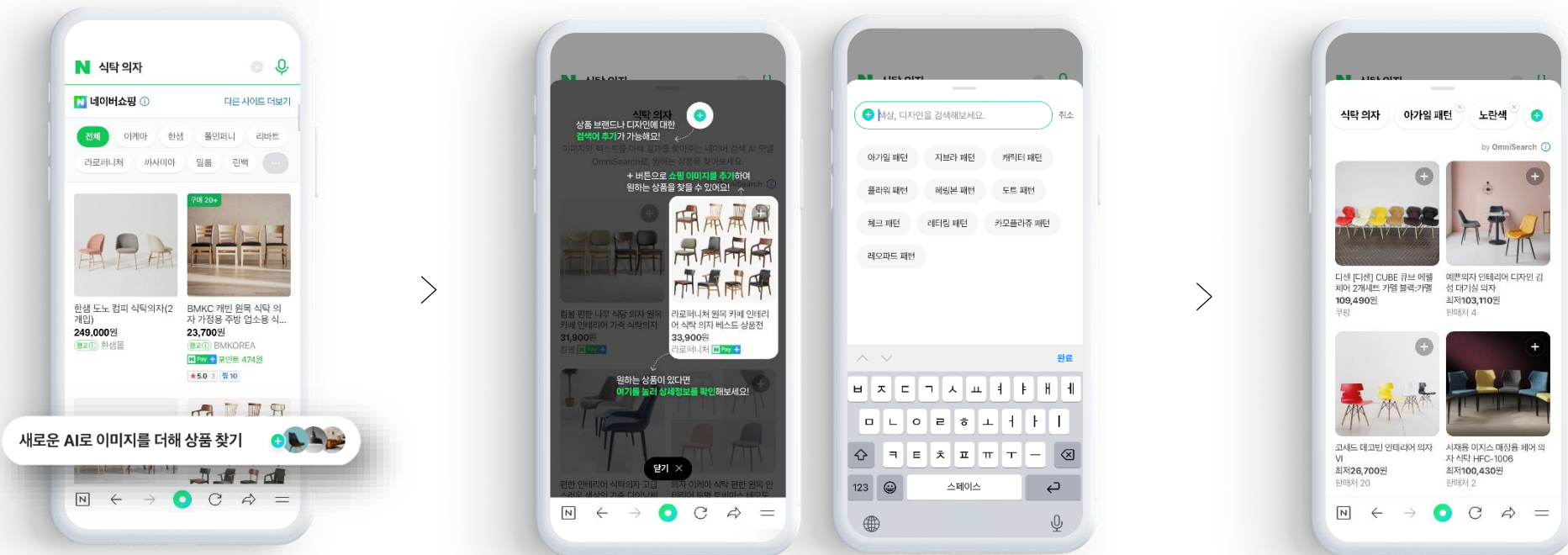
국내 기업들은 기존 이용자들의 빅데이터와 한국어 서비스를 강점으로 차별화를 꾀하고 있고,
글로벌 기업들은 발빠른 기술 개발 및 도입으로 우위를 점하기 위해 적극적인 움직임을 보입니다.

광고 시장의 성장세가 둔화된 가운데, AI가 미디어 기업들에게 새로운 활력을 불어넣어 줄 것으로 기대됩니다.

네이버, ‘옴니서치’ AI로 쇼핑 검색 서비스 고도화

네이버는 이미지·텍스트 등 다른 형태의 정보를 동시에 인식하는 멀티모달 인공지능 ‘옴니서치’를 쇼핑 검색에 적용
이용자가 쇼핑 키워드를 검색한 후 원하는 취향의 이미지나 검색어를 추가하면 AI가 이용자의 의도를 분석해 맞춤형 상품을 추천
기존에는 패션 카테고리에만 옴니서치 기능이 적용되었으나 최근 가구·인테리어 영역으로까지 확장하였으며, 향후 AI 챗봇 서비스에도 적용 예정

네이버쇼핑 ‘옴니서치’ 주요 기능



쇼핑 영역에서 옴니서치 진입

텍스트·이미지 추가해 색상·속성·재질 등을 디테일하게 검색

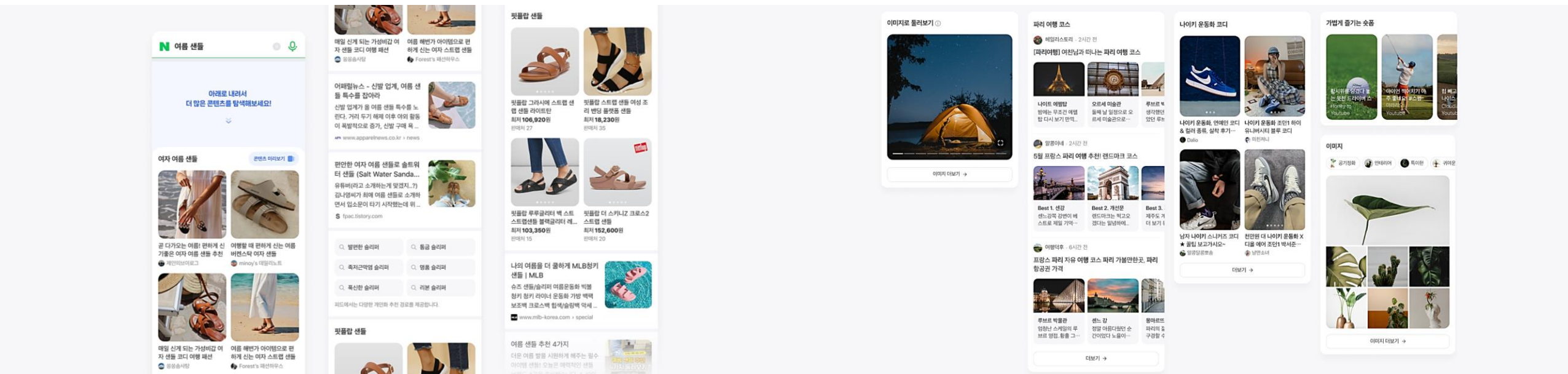
맞춤형 검색결과 제공

네이버, AI 검색 최적화를 위한 UI/UX 개편

네이버는 인공지능을 활용해 개인화된 검색 결과를 제공하고, 콘텐츠 성격에 따라 템플릿을 다르게 노출하도록 UI/UX 개편 예정
특히 글로벌 서비스와의 차별화를 위해 네이버의 강점인 카페와 블로그의 텍스트·이미지·영상 콘텐츠들을 검색 결과로 적극 활용

이번 개편은 이용자 취향에 맞는 맞춤형 콘텐츠를 제공하기 위함이며, 더 나아가 연내 출시 예정인 AI 챗봇 서비스의 사용성까지 함께 고려한 디자인

네이버 검색 UX/UI 주요 개편 내용



Search Feed

기술로 이용자의 검색 의도를 파악하여 관련성 높은 콘텐츠를 추천하고
더 많은 추가 정보를 탐색할 수 있도록 연속 스크롤 방식으로 UX 개선

UI Optimization

패션 콘텐츠는 이미지를, 경제 콘텐츠는 텍스트를 강조하는 등
콘텐츠의 성격에 따라 미리보기 템플릿을 차별화하여 즉각적인 정보 인지에 도움

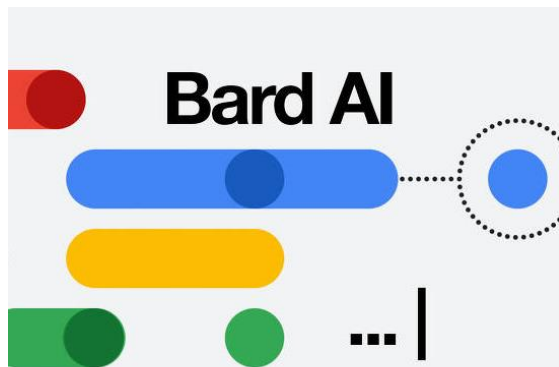
구글, 생성형 AI로 이용자의 사용성 향상

챗GPT와 같은 생성형 AI가 급부상하는 가운데, 구글 또한 검색·번역·제작·더빙 등의 서비스에서 AI를 적극적으로 도입

AI 챗봇 서비스 ‘바드’가 대표적이며, 유튜브 영상 제작 및 시청을 돕는 다양한 도구들도 개발 중

구글은 이러한 서비스를 선제적으로 도입함으로써 이용자의 사용성을 향상시키고, 치열한 경쟁 속 시장 내 지위를 확고히 정립할 것을 기대

AI를 접목한 구글 주요 서비스



AI 챗봇 서비스 ‘바드’ 공개

지난 5월, 구글은 AI 챗봇 서비스 ‘바드’를 공개
최근 지원 언어를 40개 이상으로 늘리고
이미지 업로드를 지원하는 등 지속적인 업데이트 중



구글 음성 번역 AI 모델 ‘USM’ 공개

100개 이상의 언어를 자동으로 인식하고
번역할 수 있는 대형 음성 모델 USM을 공개
유튜브 자동 자막 생성과 자동 음성 인식 기능에 적용



유튜브 생성형 AI 도입 예정

AI를 통한 이미지 생성 기능을 통해 몇 달 이내로
동영상에서 가상으로 옷을 갈아입거나,
SF 같은 배경을 만들 수 있도록 업데이트 예정



유튜브 AI 더빙 테스트 돌입

AI 더빙 서비스인 ‘어라운드’를 기반으로
인공지능을 통해 동영상을 다양한 언어로
더빙하는 과정을 쉽게 만드는 도구 개발 중

02.

관심사를 중심으로 RENEW

서드파티쿠키를 활용한 타겟팅 광고가 어려워지자
미디어 플랫폼들이 주목한 것은 바로 '관심사'입니다.

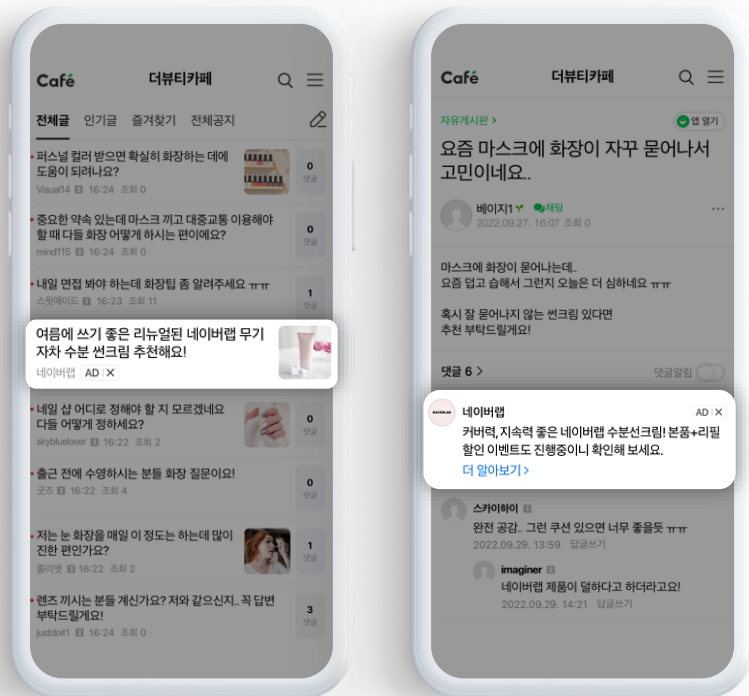
쿠키리스 시대에 '관심사'는 이용자를 그룹화하는 기준이 되며, 이를 통해 타겟팅 광고를 진행할 수 있기 때문입니다.
미디어 기업들은 사람들이 공통의 관심사를 중심으로 모일 수 있도록 커뮤니티 서비스 강화에 주력하고 있습니다.
또한 개개인의 관심사를 반영한 맞춤형 콘텐츠를 제공함으로써
이용자들이 자사의 플랫폼에 오래 체류하도록 서비스를 개편하는 모습입니다.

네이버, 카페에 신규 광고 상품 ‘커뮤니케이션 애드’ 적용

네이버는 초거대 AI 하이퍼클로바를 이용하여 지면의 문맥을 파악하고, 주제와 맥락에 맞는 광고를 노출하는 ‘커뮤니케이션 애드’를 출시
이용자 간 커뮤니케이션이 활발하게 일어나는 카페 서비스에 해당 광고 상품을 우선 적용

카페는 공통의 관심사를 가진 사람들끼리 모여있어 관련 주제의 광고 노출 시 타겟 도달률이 높아질 것으로 예상

커뮤니케이션 애드 노출 예시 및 특징점



목록형

댓글형



지면의 맥락 분석

지면의 주제와 맥락에 맞게
광고를 게재할 수 있어
높은 마케팅 효과 기대



타겟 도달률 증대

같은 관심사의 이용자들이
모여있는 카페에 관련 주제의 광고를
노출하여 타겟 도달률 증대 가능



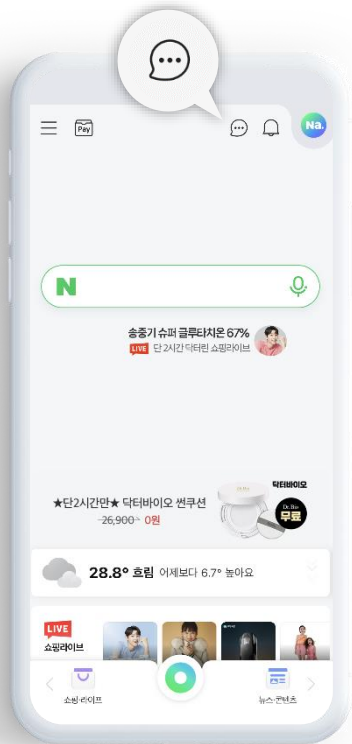
자연스러운 네이티브 UI

게시글 및 댓글과
유사한 UI로 노출되어 자연스럽게
광고 메시지 전달 가능

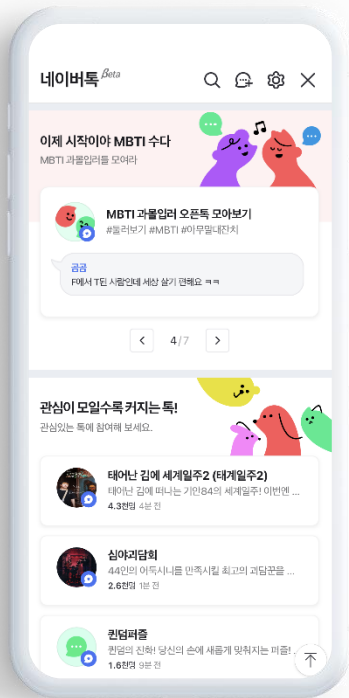
네이버, '네이버톡' 출시하고 오픈채팅 서비스 강화

네이버는 자사의 대화형 서비스를 한 곳에 모은 '네이버톡'을 출시하고, 접근하기 쉽도록 앱 메인 화면 상단에 아이콘 배치
스포츠 생중계, TV 프로그램 방영 시 실시간 채팅을 지원할 뿐만 아니라, 엔터·뷰티·운동·패션 등 다양한 주제에 대해 채팅방을 개설하고 대화 가능
추후 네이버톡 서비스에도 '커뮤니케이션 애드' 광고가 적용되어 주제별 관심사 타겟팅이 가능해질 것으로 전망

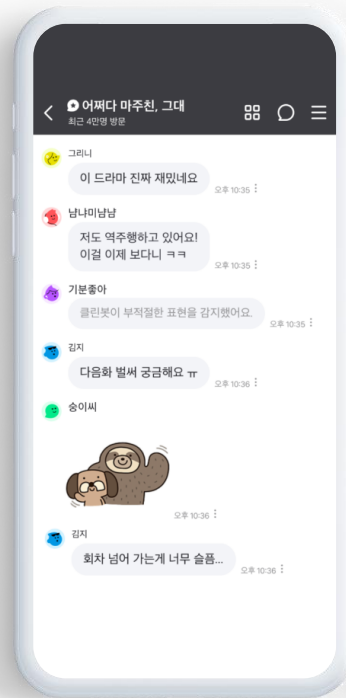
네이버톡의 기능



앱 메인 화면 상단 배치



서비스 개편



네이버 내 대화형 서비스를 통합



스포츠 중계, TV방송 등 시청하며 실시간 채팅

패션, 동물, 다이어트 등 주제별 채팅

네이버의 친구 서비스를 기반으로 개인 간 채팅

가입한 카페의 회원들 간 채팅

카카오톡, ‘오픈채팅’ 서비스 전면 배치

카카오톡은 오픈채팅 서비스를 메인 탭 중 하나로 배치해 접근성을 높이고 광고 지면을 삽입
이용자들이 특정 주제를 중심으로 모이기 때문에 관심사 기반 타겟팅 광고의 효과가 높아질 것으로 예상
지난해 오픈채팅방 내부에 광고 노출을 테스트한 적 있는 만큼 오픈채팅 광고는 더욱 확장될 것으로 전망

업데이트 내용

단독 탭으로 분리

기존에는 채팅 탭 안에 속해 있었으나
카카오톡 세 번째 메인 탭으로 분리하여 접근성 증대

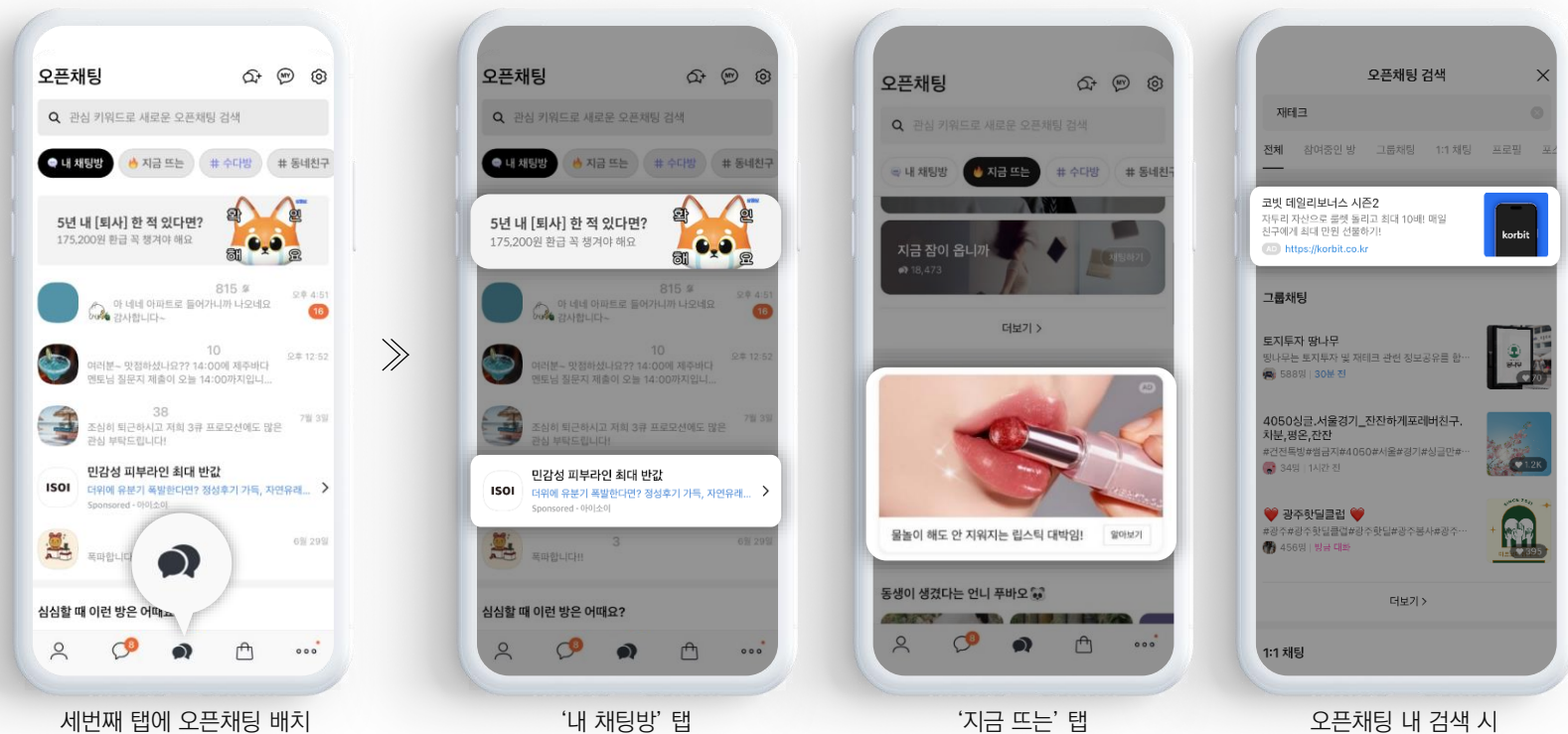
새로운 형식의 오픈채팅 서비스 추가

실시간 채팅 형식으로 가볍게 대화할 수 있는 ‘오픈채팅 Lite’,
이벤트성 채팅방 ‘오픈채팅 Auto’ 서비스 추가

광고 지면 확대

오픈채팅 서비스 주요 탭 및 검색 결과에
배너 광고 노출

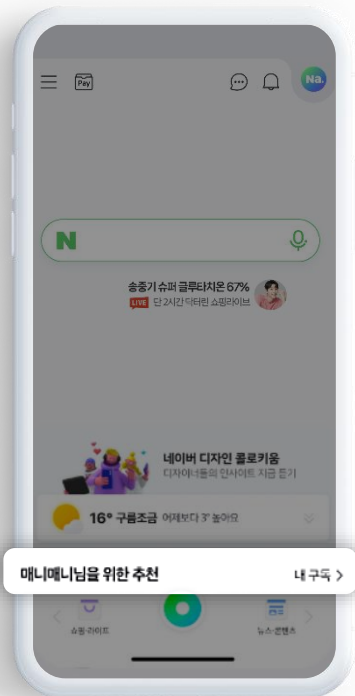
오픈채팅 서비스 내 광고 노출 지면



네이버, 관심사 중심으로 모바일 홈 화면 개편 예정

네이버는 모바일 첫 화면에 이용자의 관심사에 따라 맞춤형 콘텐츠를 보여주는 '추천피드' 기능을 테스트 중
구독, 검색, 클릭 등 이용자의 네이버 내 활동 정보를 분석하여 관심있어 할 만한 콘텐츠를 자동으로 추천
개인화된 콘텐츠가 노출됨에 따라 이용자의 체류시간이 증가할 것으로 전망

추천피드의 기능



홈 화면 하단에 추천피드 노출



개인화 추천

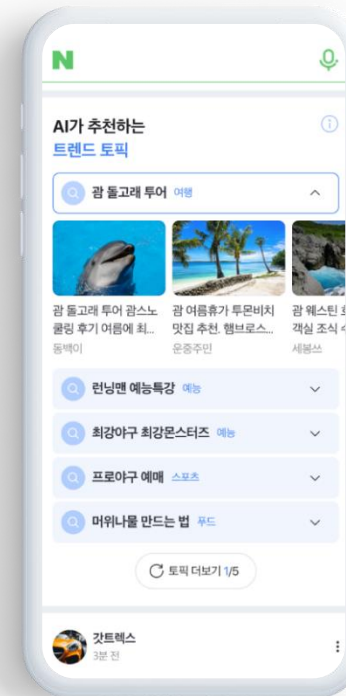
내 구독 정보, 검색 및 문서 클릭 이력 기반



내 관심사 기반 추천 콘텐츠

최근 검색 키워드와 연관된 콘텐츠

내가 구독한 채널의 최신 글



트렌드 추천

네이버 전체 이용자들의 선호도 기반



시가 추천하는 트렌드 토픽

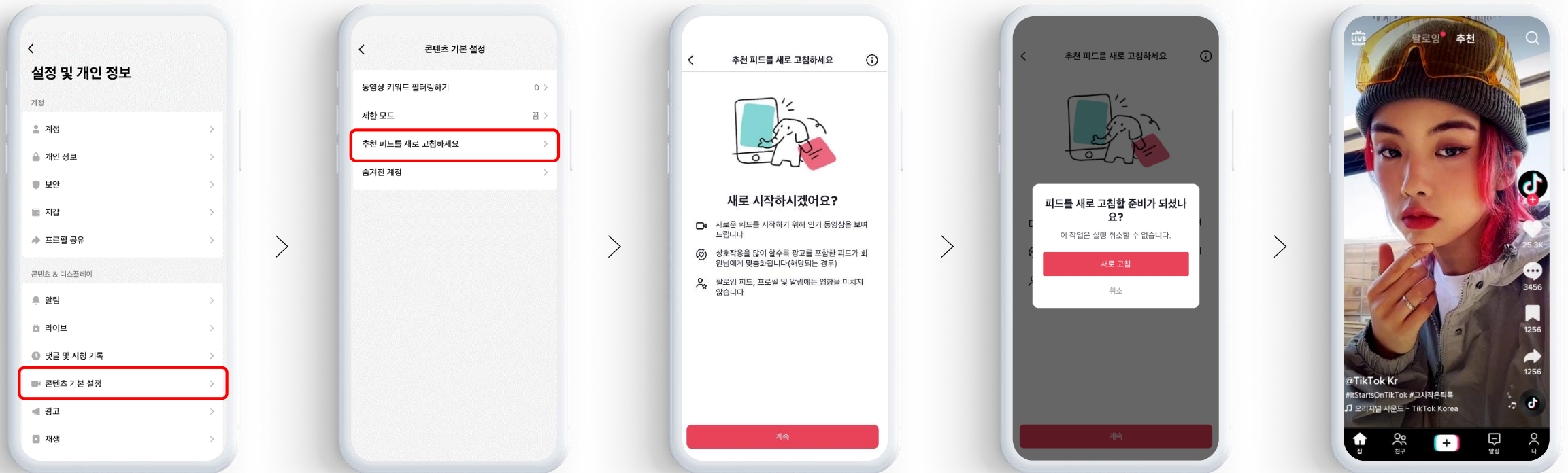
요즘 뜨는 주제의 추천 콘텐츠

연령별 인기 콘텐츠

틱톡, 추천피드 새로고침 기능 도입

틱톡은 이용자의 시청 및 반응 이력을 분석해 관심사에 맞는 콘텐츠를 보여주는 '추천피드' 기능을 제공 중
최근에는 추천피드의 내용이 자신과 맞지 않거나 주제가 다양하지 않다고 판단될 경우 피드를 새로고침 할 수 있는 기능을 출시
이용자에게 보다 최적화된 콘텐츠를 제공함으로써 서비스 만족도를 높이고 체류시간을 증대

틱톡 새로고침 기능 설정 방법



03.

숏폼 생산성을 위한 RENEW

동영상 시장이 숏폼 중심으로 재편되었습니다.

그동안 미디어 기업들이 숏폼을 전면에 내세우고 접근성을 높이는 것에 힘을 쏟았다면
이제는 영상 제작 편의성을 높이는데 주력하고 있습니다.

숏폼 영상 제작과 편집을 더 쉽고 간편하게 만들어

이용자들이 자사의 플랫폼에서 콘텐츠를 생산하도록 하는 것입니다.

높은 콘텐츠 생산량은 숏폼 경쟁력 확보에 필수적이므로, 관련 기능은 지속적으로 고도화될 전망입니다.



인스타그램, 손쉬운 릴스 제작을 돕는 기능 업데이트

인스타그램은 크리에이터의 편의성을 높이기 위한 기능을 지속적으로 업데이트 중

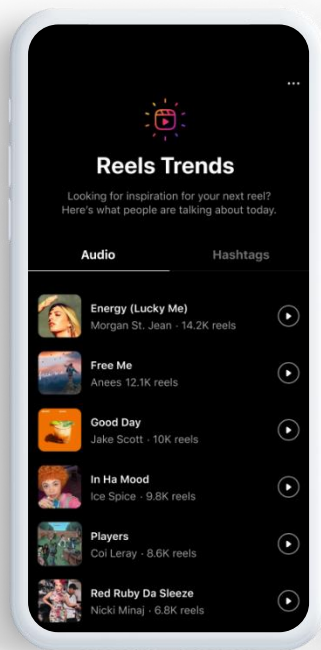
최근 진행된 업데이트를 통해 크리에이터는 콘텐츠를 손쉽게 편집할 수 있으며, 자신이 제작한 콘텐츠의 효과를 상세하게 확인할 수 있게 될 예정
이는 콘텐츠 생산량 및 확산력을 높일 수 있는 전략으로, 인스타그램의 숏폼 경쟁력이 더욱 강화될 것으로 전망

인스타그램 릴스 업데이트 내용



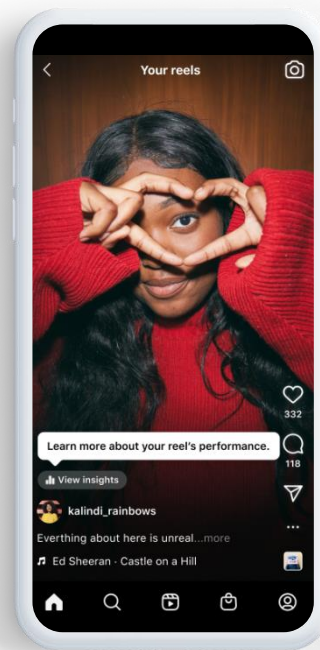
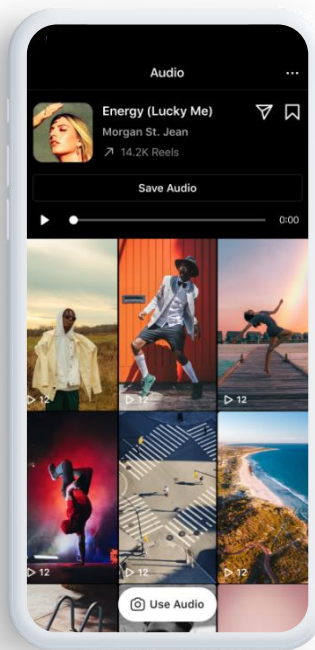
통합 편집 기능

비디오 클립, 오디오, 스티커, 텍스트 등 다양한 소스를 편집 화면에 한꺼번에 불러올 수 있는 기능으로 손쉬운 편집 가능



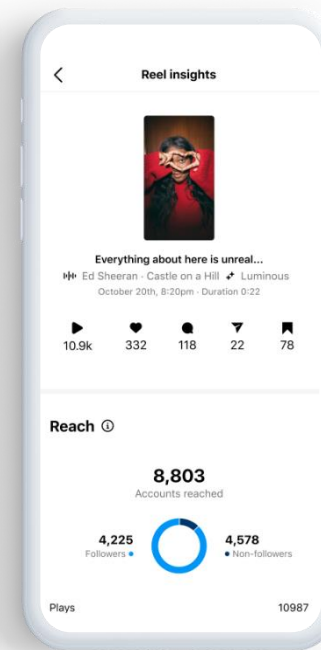
릴스 트렌드

릴스에서 가장 인기 있는 노래 및 해시태그를 확인할 수 있도록 하여 트렌디한 콘텐츠 제작을 도움



릴스 인사이트

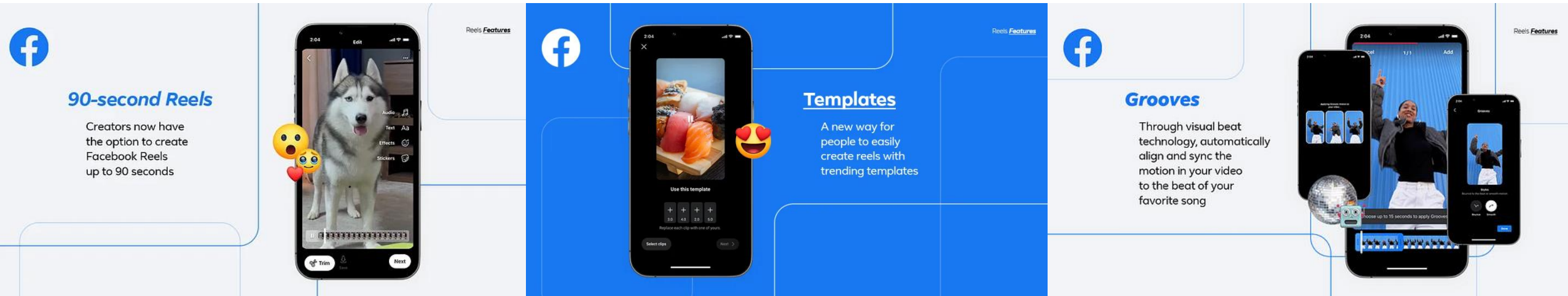
총 시청 시간·평균 시청 시간 두 가지 항목을 추가, 업로드한 릴스의 성과를 확인하고 인사이트 획득 가능



페이스북, 릴스 강화를 위한 기능 고도화

숏폼의 인기와 함께 릴스가 성장하자 페이스북도 숏폼 경쟁력을 확보하기 위해 콘텐츠 제작 기능을 고도화
다양한 콘텐츠를 업로드할 수 있도록 영상 길이를 90초로 늘리고, 보다 손쉽게 높은 퀄리티의 영상을 제작할 수 있는 템플릿 기능을 적용
영상 내 동작과 노래를 동기화하는 그루브 기능까지 추가되어 릴스 제작의 효율성과 생산성이 향상 될 것으로 기대

페이스북의 릴스 고도화 내용



다양한 길이의 콘텐츠를 업로드할 수 있도록
페이스북 릴스 길이를 기존 60초에서 90초로 연장

페이스북에서 제공하는 최신 템플릿을 활용해
보다 손쉽게 릴스 영상 제작 가능

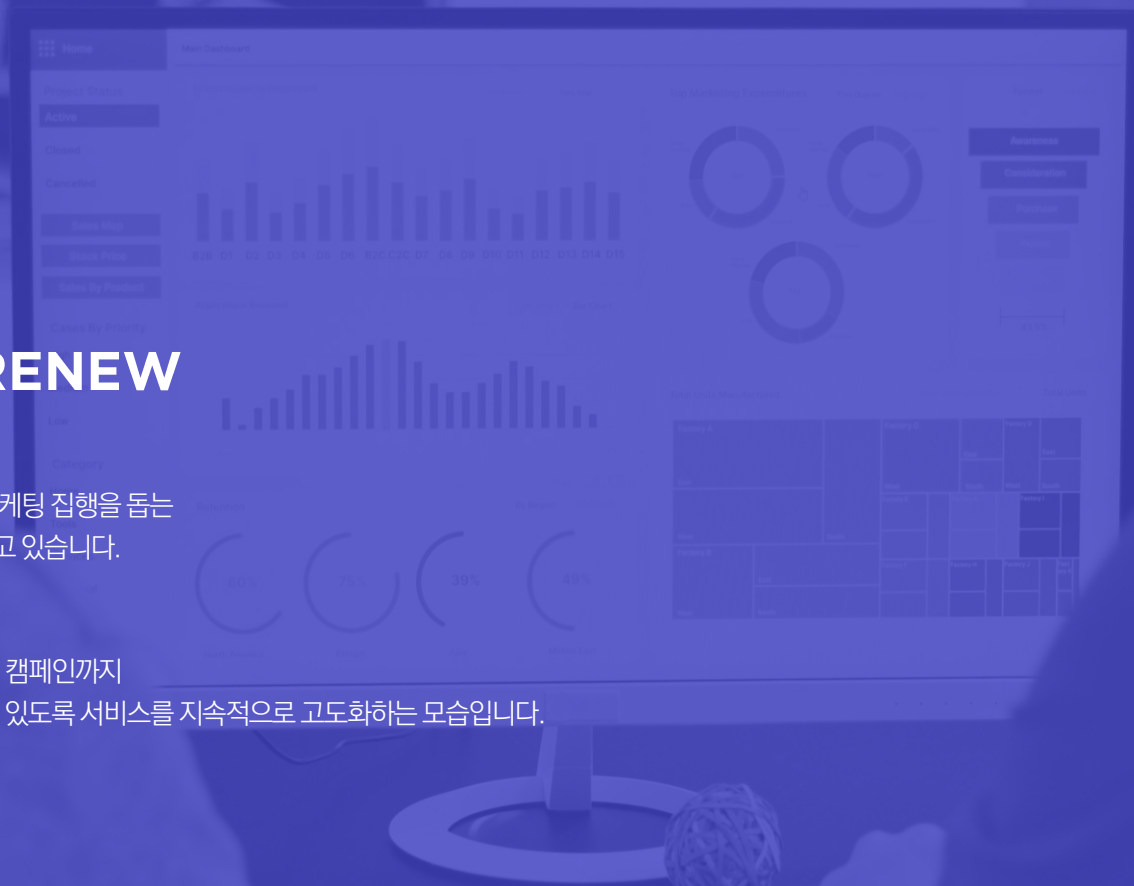
영상 내 동작과 노래 비트를 자동으로 정렬하고,
동기화하는 그루브 기능 추가

04.

광고 효율성을 위한 RENEW

미디어 기업들은 광고주의 효율적인 광고 마케팅 집행을 돕는 새로운 서비스를 출시하거나 기능을 확대하고 있습니다.

크리에이터와의 협업 캠페인부터
중소규모 브랜드의 마케팅 캠페인, 이벤트성 캠페인까지
다양한 캠페인 목표를 효율적으로 달성할 수 있도록 서비스를 지속적으로 고도화하는 모습입니다.



틱톡, 브랜드와 크리에이터를 연결해주는 플랫폼 오픈

틱톡은 브랜드의 캠페인에 참여할 크리에이터를 모집할 수 있는 플랫폼인 '오픈 애플리케이션'을 출시

광고주가 캠페인에 대한 세부 정보를 게시하면 참여를 원하는 크리에이터가 콘텐츠 아이디어, 제작 사례 등을 제출해 지원

광고주는 브랜드에 적합한 크리에이터를 보다 쉽게 발굴할 수 있고, 협업 과정에서 발생하는 리소스를 절감해 효율적인 캠페인 집행이 가능

틱톡 '오픈 애플리케이션'의 진행 과정



광고주는 오픈 애플리케이션을
통해 브랜드 정보와
캠페인 세부 내용을 입력



성별, 연령, 지역, 팔로워 수,
영상 카테고리 등 원하는
크리에이터의 자격 요건 설정



크리에이터는 원하는 캠페인을
선택해 콘텐츠 아이디어,
콘텐츠 샘플 등을 기재



광고주는 지원서를 보고
원하는 크리에이터를 선택해
진행 금액을 제안

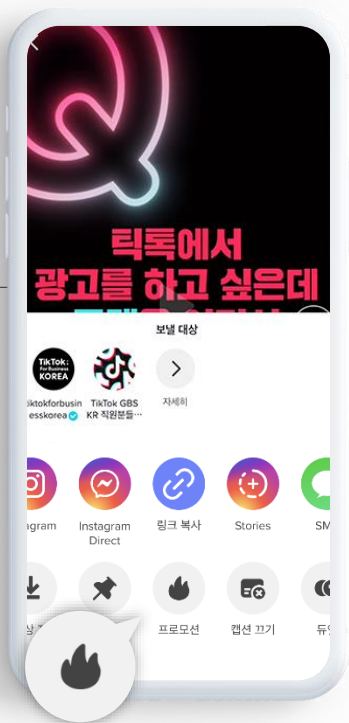


크리에이터가 수락하면
협업 진행,
브랜드 콘텐츠 업로드

틱톡, 광고 효율 높이는 '틱톡 프로모션' 기능 확대

틱톡은 광고 영상을 별도로 제작할 필요없이 기존 콘텐츠를 광고 영상으로 전환할 수 있는 '틱톡 프로모션' 솔루션을 제공
 올 초, 마케팅 목표 옵션을 추가하고 위치별 타겟을 설정할 수 있도록 하는 등 총 4가지 신규 기능을 새롭게 추가
 이를 통해 광고 제작 예산이나 인력이 부족한 중소기업도 광고주가 다양한 마케팅 목표를 보다 효율적으로 달성할 수 있을 것으로 기대

틱톡 프로모션 신규 기능 업데이트



'더 많은 프로필 조회 수' 목표 추가

광고 영상에
 틱톡 프로필 페이지로 이어지는
 CTA 버튼이 삽입되어 랜딩을 유도



'메시지 더 보기' 목표 추가

이용자들이 브랜드에 궁금한 점을
 바로 물어볼 수 있도록
 '메시지 보내기' 버튼을 광고 영상에 삽입



위치별 타겟 설정

성별·연령·관심사 외에도
 위치를 설정할 수 있어 지역 기반
 소상공인의 정밀한 광고 집행이 가능



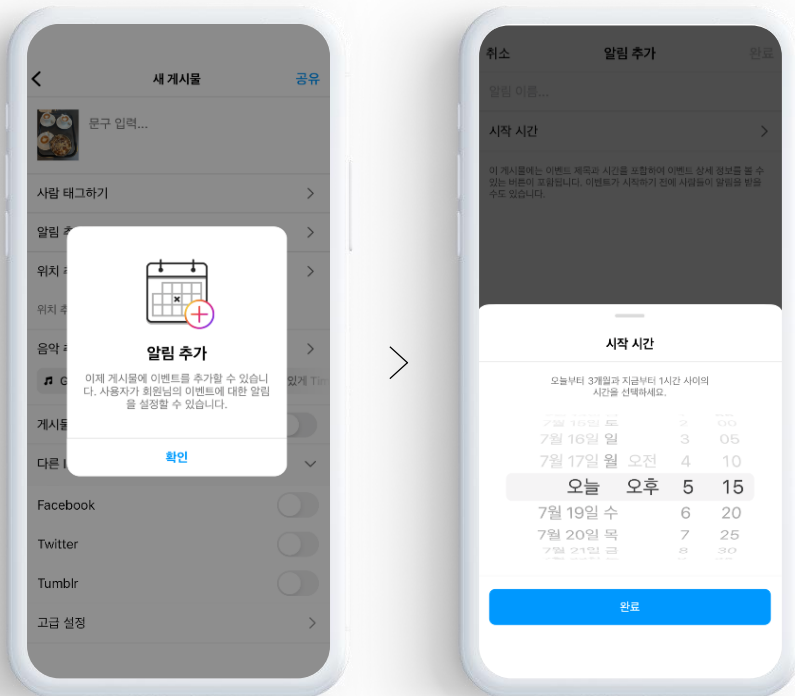
타인 프로모션

협업 중인 창작자·브랜드의
 콘텐츠 노출량을 높여
 홍보 효과를 극대화

인스타그램, 홍보 효과 높이는 알림 광고 출시

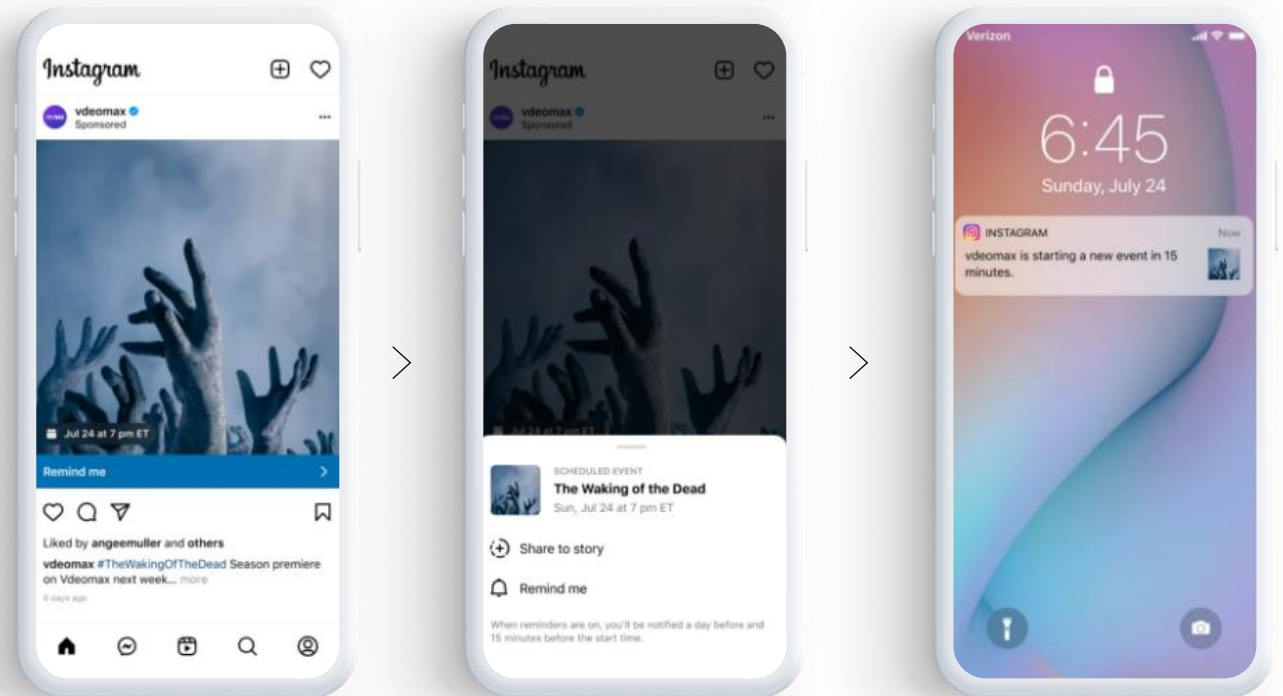
인스타그램은 이용자가 특정 이벤트에 대한 알림을 받을 수 있는 '알림 광고(Reminder Ads)'를 출시
알림 수신을 설정한 이용자들에게 이벤트 시작 시간을 알리는 푸시 알림을 보내 이벤트 유입 증대 가능
라이브 스트리밍과 같은 인앱 이벤트나 영화 개봉, 스포츠 이벤트 등 일정이 중요한 홍보 마케팅에 활용하면 효과적일 것으로 기대

알림 광고 설정 예시



광고주는 게시물에 이벤트명과 이벤트 시각을 설정하여 등록

알림 광고 노출 예시

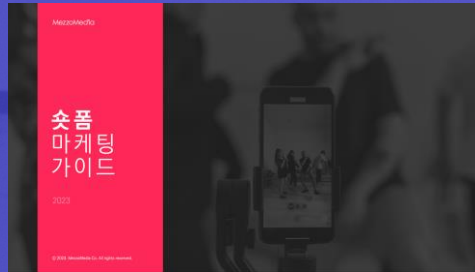


이용자는 이벤트 시작 하루 전, 15분 전, 이벤트 시작 시로 총 3번 알림 수신 가능

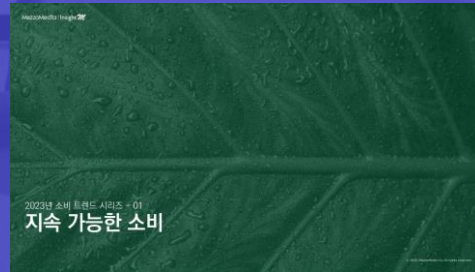
함께 보면 좋은, 메조미디어 추천 콘텐츠



2023 업종 리포트



숏폼 마케팅 가이드



2023 소비 트렌드 01. 지속 가능한 소비



2023 소비 트렌드 02. 알뜰 합리적 소비



2023 소비 트렌드 03. 개인맞춤형 소비

INSIGHT

MEDIA | MARKET | CONSUMER

연락 문의 >

뉴스레터 구독신청 >

INSIGHT M 자료실 >