

MEDIA AD ISSUE Vol.378

주요 미디어 광고 상품 이슈

Media AD issue
2026.06

Published by
Media Channel 1&2 Team

kt nasmedia

INDEX

주요 미디어 광고 상품 이슈

MEDIA AD ISSUE

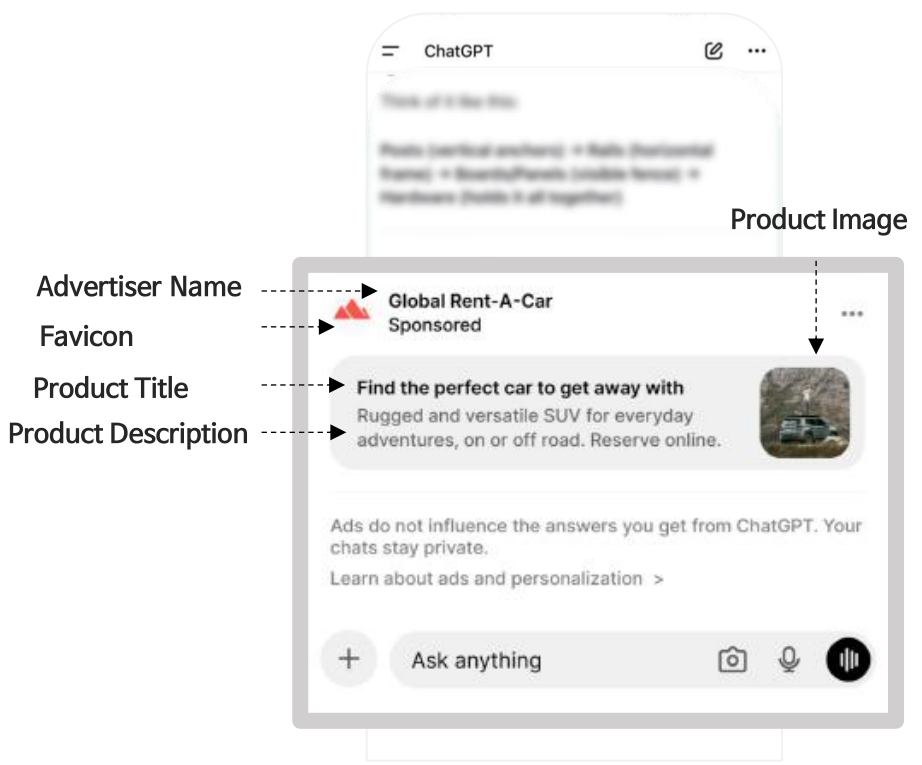
- 오픈 AI, 챗GPT 광고 국내 런칭 예정
- 토스, 디스플레이 배너 광고 구조 개편
- 이달의 매체 상품 소식

오픈 AI, 챗GPT 광고 국내 런칭 예정



- OpenAI가 광고 플랫폼으로 본격 확장되며, 대화 맥락 기반 AI 광고가 새로운 디지털 마케팅 채널로 부상 중
- 국내에서는 6월 중순 부터 오픈 AI CBT 테스트 및 크리에오 플랫폼을 통한 챗 GPT 광고 집행이 가능해 질 예정

| ChatGPT 광고 구성 예시 |



| ChatGPT 광고 기본 구조 |

구분	ChatGPT 광고
서비스 성격	ChatGPT 대화 맥락에서 노출되는 AI 대화형 컨텍스트 광고
노출 대상	Free·Go 로그인 사용자 + 비로그인 사용자 (18세 미만 계정은 제외)
노출 위치 및 형식	- 스폰서드 (Sponsored) 표기와 함께 채팅 응답 하단 별도 영역에 노출 - 광고 형식은 광고주 로고, 광고주명, 문구, 이미지 등
노출/운영 방식	- 광고 노출량을 보장하지 않으며, 오픈AI가 사용자의 질문 맥락, 상업적 의도, 관련성을 판단하여 표시할 광고 결정 - 즉, 광고주가 직접 타겟·키워드·입찰로 노출을 통제하지 못함 (대화 맥락, 이용자 설정에 따른 이전 대화·메모리, 광고 상호작용 등 관련 신호 활용)
통제 요소	제한적 (소재·상품정보·예산 등은 설정 가능, 노출 판단·노출비중은 오픈AI가 결정)
유저 단위 데이터 제공 여부	개별 유저 단위 노출대상, 반응자, 행동 데이터 등 제공되지 않음 → 익명화된 집계 수준으로만 운영되며, 유저 식별 정보는 비공개
불가 업종	법률, 금융, 도박, 건강·의료, 제약, 무기, 정치, 데이팅·성인, 주류·마약 등 규제성 업종

* Source : 오픈 AI

토스, 디스플레이 배너 광고 구조 개편

- 7월 1일부터 기존 '광고 유형' 기준 (리스트, 보드, 페이지) 세팅 구조에서 '소재 유형' 기준 (문구, 이미지, 비디오) 세팅 구조로 변경
- 하나의 세트에서 여러 소재를 통합 운영하며 운영 부담을 줄이고 같은 비용으로 더 많은 클릭과 전환 발생 도모

· [디스플레이 배너 광고 구조 개편 상세 확인하기](#)

| 디스플레이 광고 개편 구조 |



(기존) 리스트, 보드, 페이지 같은
포맷 별 세트 별도 생성



(신규) 포맷 제약 없이 하나의 세트에서
문구, 이미지, 비디오 함께 운영 가능

광고 세트에서 광고 유형이 아닌 소재 유형을 선택함으로써 예산 및 학습을 하나의 광고 세트에서 통합 진행
직접 광고 유형을 고르지 않고 소재 유형과 비율에 맞추어 시스템이 지면 자동 매칭

| 개편 효과 |

- 멀티 에셋으로 더 많은 지면 노출**
 소재 1개에 이미지 1개만 등록 가능했던 제약 해소
 가로, 정사각형, 세로 비율을 한 소재에 동시 등록 가능
- 머신러닝 최적화로 정밀도 향상**
 예산, 학습 분산을 해결하여 한 광고 세트에서 집중 운영
 자동 입찰 학습 속도와 정밀도를 개선 및 신규 지면을 자동 커버

방문 유도하기 성공사례

클릭수	CPC
+72%	-42%

잠재고객 모이기 성공사례

클릭수	전환수	CPA(리드)
+97%	+83%	+46%

이달의 매체 상품 소식 (1)

구분	이슈
구글 YouTube	<ul style="list-style-type: none">• 인피드 광고: 유튜브 모바일 앱 및 태블릿 환경 내 구독 피드 최상단 슬롯 노출(2026년 5월 14일 이후 런칭 완료) → 추가 소재 제작이나 셋팅 없이 '구독피드 최상단 슬롯' 에서도 광고 노출• 사용자가 자신이 구독한 채널의 최신 영상을 확인하는 고관여 영역에 단독으로 노출되어 주목도 높일 수 있음<ul style="list-style-type: none">- 대상 캠페인: 도달범위 동영상 캠페인, 조회수 동영상 캠페인, 디맨드 젠, 실적 최대화, 앱 캠페인 등- 적용 방법: 실적 최대화 및 앱 캠페인은 자동 적용, 이외 캠페인은 캠페인 설정에서 '인피드 광고 포맷이 활성화되어 있다면' 별도 추가작업 없이 노출 <p>[유튜브 모바일 앱 구독 피드 최상단 슬롯 예시]</p>  <p>유튜브 앱 오픈 > 하단 메뉴 '구독' 터치 : 나의 구독 채널이 보이고 바로 아래 '인피드 광고' 노출되는 형태</p>

이달의 매체 상품 소식 (2)

구분	이슈
----	----

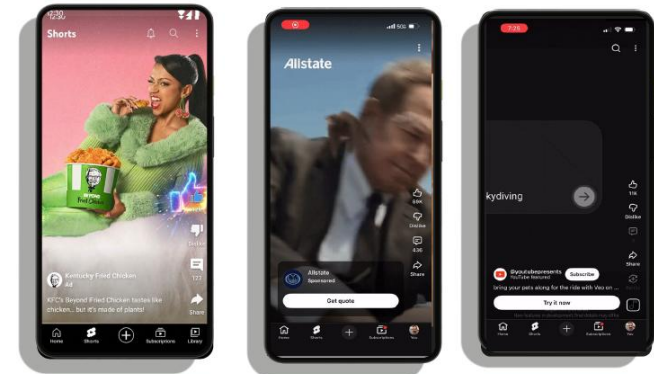
- WC(비디오뷰)
 - Shorts 액션(좋아요, 댓글, 공유)을 학습&입찰에 활용
- Shorts 광고를 통해 고객과 접점 확대를 목표로 한다면 VVC 캠페인 진행을 추천
 - 구글애즈 내 리포트를 통해 Engagement 세부 수치를 확인 가능(6월 중 업데이트 완료 예정)

구글
YouTube

[리포트 예시]

Campaign	Budget	Status	Campaign type	Cost	Shorts ads actions		
					Likes	Comments	Shares
<input type="checkbox"/> Video View Campaign	\$10,000/day	Eligible	Video	\$100,000	200,000	200,000	200,000
<input type="checkbox"/> Video View Campaign	\$10,000/day	Eligible	Video	\$100,000	200,000	200,000	200,000
<input type="checkbox"/> Video View Campaign	\$10,000/day	Eligible	Video	\$100,000	200,000	200,000	200,000
<input type="checkbox"/> Video View Campaign	\$10,000/day	Eligible	Video	\$100,000	200,000	200,000	200,000
<input type="checkbox"/> Video View Campaign	\$10,000/day	Eligible	Video	\$100,000	200,000	200,000	200,000
<input type="checkbox"/> Video View Campaign	\$10,000/day	Eligible	Video	\$100,000	200,000	200,000	200,000
<input type="checkbox"/> Video View Campaign	\$10,000/day	Eligible	Video	\$100,000	200,000	200,000	200,000
<input type="checkbox"/> Video View Campaign	\$10,000/day	Eligible	Video	\$100,000	200,000	200,000	200,000
Total	\$90,000/day		Demand Gen	\$900,000	800,000	800,000	800,000

[Shorts 액션]



- | | | |
|---|--|---|
| <p>LIKES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Available always on • YouTube Shorts can appear in dedicated Shorts tab, Home feed, Search feeds, and more | <p>COMMENTS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Advertiser-enabled, can be turned on/off • Use Gemini to analyze comments with this prompt | <p>SHARES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Advertiser-enabled, can be turned on/off • Use Gemini to analyze shares with this prompt • Use Gemini to analyze shares with this prompt |
|---|--|---|

이달의매체 상품 소식

구분	이슈						
메타	<ul style="list-style-type: none">• 맞춤 타겟의 구매 이벤트 보존 기간 확장<ul style="list-style-type: none">1) 내용<ul style="list-style-type: none">- 웹사이트 및 모바일 앱의 구매 이벤트 맞춤 타겟 보존 기간 확대 <table border="1" data-bbox="723 596 1149 748"><tbody><tr><td>기존</td><td>180일</td></tr><tr><td>★ 변경</td><td>730일 (2년)</td></tr><tr><td>적용 대상</td><td>구매 이벤트 한정</td></tr></tbody></table> <ul style="list-style-type: none">2) 개선사항<ul style="list-style-type: none">- 기존 고객이 충분히 반영되지 않는 문제 해결- 신규 고객 확보 캠페인의 제외 타겟팅 정확도 향상- 자동차, 가전, 럭셔리 등 구매 주기가 긴 업종에도 활용 가능 ※ 구매 후 1년 이상 경과한 고객도 기존 고객으로 간주하는 경우가 많은 업종3) 참고사항<ul style="list-style-type: none">- 제외 타겟의 보존 기간 또한 확대되어 예상 타겟 규모가 감소하거나 CPM·CPA 상승할 수 있음- 신규 고객 CPA 혹은 ROAS를 기준으로 성과 평가 권장	기존	180일	★ 변경	730일 (2년)	적용 대상	구매 이벤트 한정
기존	180일						
★ 변경	730일 (2년)						
적용 대상	구매 이벤트 한정						

이달의매체 상품 소식 (1)

구분	이슈
----	----

카카오

• 카카오 커머스-상품 카탈로그 캠페인 노출 지면 확장안내

:카카오 선물하기로 카탈로그 자동 연동 기능을 사용하여 생성된 상품 카탈로그 캠페인 대상, 선물하기내 노출지면

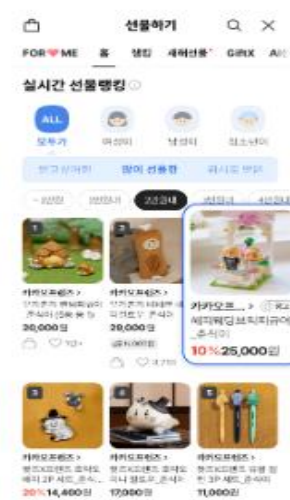
■ 적용일 : 2026년 6월 4일(목)

■ 노출 확대 지면

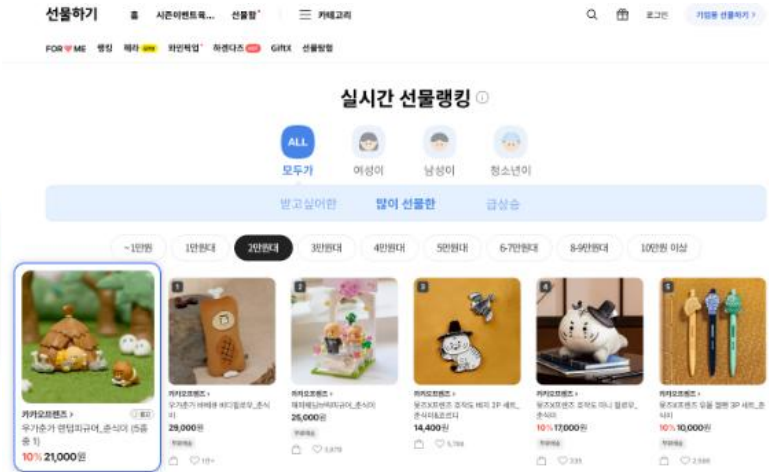
- 1) 게재 지면 : 카카오톡 > 선물하기 홈
- 2) 상세 위치 : 실시간 선물랭킹
- 3) 광고노출 위치 : MO : 3번 위치 / PC : 1번 위치
- 4) 상품 노출 개수 : 1개

■ 예시 이미지

*MO



*PC



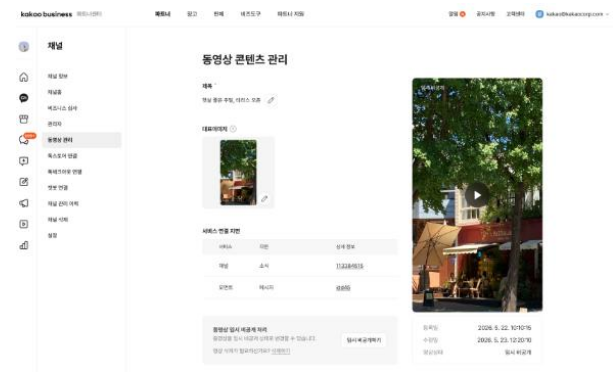
■ 등록/연동시 고려사항

※ 카카오 커머스에 등록된 모든 상품이 아닌 '카카오 커머스 선물하기 → 광고자산 카탈로그 자동 연동 제공' 공지내 명시된 연동 가능 상품에 대해서만 연동 가능

※ 성인 상품은 제외되며, 상품 상태가 판매 중, 전시 중인 B2C 상품만 연동

이달의매체 상품 소식 (2)

구분	이슈
카카오	<ul style="list-style-type: none"> 모먼트 메시지 광고 동영상 소재 등록 방식 변경 안내 : 모먼트 메시지 광고에 카카오 TV 서비스가 종료됨에 따라 메시지 동영상 등록 및 관리 기능 업데이트 <ul style="list-style-type: none"> 적용일 : 2026년 5월 27일(수) 적용 사항 : [모먼트 > 메시지 > 메시지 만들기] 경로에 신규 동영상 업로더 적용 채널 기반 동영상 업로드 제공 - 카카오 TV '카카오 광고' 채널이 아닌, 메시지를 발송할 내 채널에 동영상을 업로드하여 소재로 첨부가능 더해, 해당 채널에 등록된 동영상을 불러와 메시지에 재활용 가능 동영상 관리 메뉴 제공 - 등록된 동영상은 카카오 TV 채널이 아닌 [카카오 비즈니스 파트너센터 > 채널 > 동영상 관리]에서 확인 해당 메뉴에서는 채널에 등록된 동영상을 한눈에 확인할 수 있으며, 삭제, 비공개 처리, 제목 수정 등 영상 관리 기능 이용 참고 사항 ※ 기존 동선인 채널 X 도달 캠페인 및 개인화 메시지 X 도달 캠페인에서는 메시지에 동영상 소재 등록 미지원 동영상 소재 등록이 필요한 경우 신규 업로더가 적용된 [모먼트 > 메시지 > 메시지 만들기] 경로를 통해 이용 가능



이달의매체 상품 소식 (1)

구분	이슈
<p>토스</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 잠재고객 모으기 웹훅 연동 기능 런칭 <ol style="list-style-type: none"> 1) 내용 <ul style="list-style-type: none"> - 잠재고객 모으기 캠페인을 통해 제출된 잠재고객 정보를 광고주 서버로 자동 전송하는 기능 추가 2) 설정 방법 <ol style="list-style-type: none"> ① 잠재고객 모으기 정보 입력 양식 > 웹훅 연동 영역 [사용] 토글 on ② 잠재고객 정보를 받을 HTTPS 웹훅 URL 입력 ③ 시크릿키 확인 (시크릿키는 광고 계정 단위로 자동 발급되며, 수신 서버에서 요청 데이터의 무결성을 검증하는데 사용) <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 20px;"> <div data-bbox="698 786 1513 1239"> <p style="text-align: center;">〈웹훅 연동 설정 방법〉</p> </div> <div data-bbox="1574 786 2211 1239"> <p style="text-align: center;">〈웹훅 동작 방식〉</p> </div> </div>

이달의매체 상품 소식 (2)

구분	이슈
토스	<ul style="list-style-type: none">라이브마켓 베이직 옵션 프로모션<ul style="list-style-type: none">1) 내용<ul style="list-style-type: none">- 라이브마켓 '베이직 상품' 반값 할인 프로모션 진행2) 프로모션 기간<ul style="list-style-type: none">- 2026년 4월 1일 ~ 9월 30일3) 적용 가격: 60만원 → 30만원 (총 50% 할인)<ul style="list-style-type: none">- 평일(일반/골든타임), 주말 관계 없이 모든 시간에 30만원 적용
	<ul style="list-style-type: none">애플테크 상품 전환 성과 확인 업데이트<ul style="list-style-type: none">1) 내용<ul style="list-style-type: none">- 기존 배너 광고와 더불어 애플테크 캠페인에서 발생한 전환 성과 대시보드에서 확인 가능하도록 업데이트- 회원가입, 앱 설치, 장바구니 담기, 구매 등 주요 전환 성과 맞춤 보고서를 통해 확인 가능2) 적용 상품<ul style="list-style-type: none">- (기존) 배너 광고- (신규) 행운퀴즈, 머니알림 캠페인

이달의 매체 상품 소식

구분

이슈

- Meta Creative Import 기능 롤아웃 (6/5)

→ 기존 Meta에서 운영 중인 이미지·동영상 소재를 TikTok Creative Library로 직접 가져와 손쉽게 활용 가능

- 대량 Import 지원

- 이미지 최대 200개 + 동영상 최대 25개 일괄 업로드 지원

- TikTok 맞춤 자동 변환

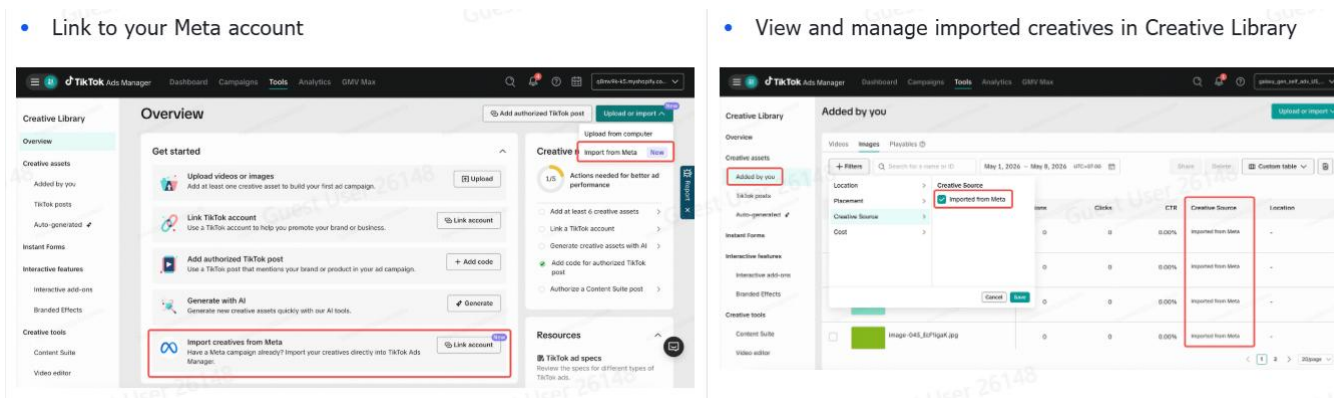
- ① Auto-resize

- Meta 1:1 또는 4:5 소재를 TikTok 네이티브 9:16 포맷으로 자동 확장

- ② AIGC Enhancement

- 배경 교체, 오버레이 최적화, TikTok 베스트 프랙티스 기반 비주얼 개선, 기타 AI 기반 크리에이티브 개선 가능

특징



나스리포트를 통해 배포된 다양한 보고서는
케이티 나스미디어 홈페이지에서도 확인하실 수 있습니다.

[홈페이지에서 확인하기](#)

케이티 나스미디어 보고서 활용 안내

이 보고서는 케이티 나스미디어에서 작성해 무료로 배포하는 보고서입니다.
단, 해당 보고서를 인용 또는 활용 시에는 아래 사항을 꼭 유의해주시기 바랍니다.

보고서 인용 및 활용 시 주의 사항

1. 본 보고서를 인용 및 활용 시에는 사전 동의를 득해야 합니다.
2. 본 보고서의 텍스트 내용을 임의로 가공해서 기사글이나 본문에 재인용하는 것을 금지합니다.
3. 본 보고서 전문을 웹에 게시하거나 상업적으로 활용할 수 없습니다.

출처 표기 시 유의 사항

1. 본 보고서를 PDF 파일 혹은 이미지 스크린샷 형태로 인용할 경우 아래와 같은 표기법을 지켜주시기 바랍니다.
출처: (한글) 케이티 나스미디어, (영문) kt nasmedia
2. 본 보고서에서 활용한 외부기관자료의 데이터를(정량적 수치) 인용할 경우
보고서 내에 표기되어 있는 원본 자료 출처를 명시해주시기 바랍니다.
예시: 케이티나스미디어 보고서에서 확인한 '통계청' 데이터 재인용의 경우, 출처는 '통계청'로 기재 (케이티나스미디어 X)