



스튜디오 새파도

01.

제안사 소개

S T U D I O

새
파
도

스튜디오 새파도, 처음 들어보는데요?

기존 클라이언트 90%가 매년 다시 찾는 회사

10년 전 뮤직비디오 감독으로 커리어를 시작하여, 영상 제작을 필요로 하는 다양한 회사들과 협업 관계로 일하고 있습니다.
작은 커머스부터, 모두가 한 번씩은 들어봤을 대기업과도 오랜 시간 함께하며 성장하고 있습니다.
스튜디오 새파도에 한번 영상을 의뢰한 클라이언트는 높은 확률로 다시 찾아옵니다.



대기업이 믿고 맡기는 영상 프로덕션 회사

KT, NIKE, SKT, 롯데카드, 현대면세점 ... 80개 이상의 프로젝트

영상은 결과물이 눈으로 즉시 보이기에 절대 거짓말 할 수 없습니다.
그렇기에 저희 실력은, 당장 보이는 영상으로 3초안에 보증 할 자신이 있습니다.
스튜디오 새파도는 기계적으로 기획하고 촬영하는 업체가 아닙니다.
만약 반복적인 작업만 했다면, 지금처럼 매력적인 결과물이 있을 수 없습니다.



스튜디오 새파도의 비즈니스 파트너

탄탄한 경험과 풍부한 노하우로 신뢰할 수 있는 스튜디오 새파도



NAVER



iloom

MUSINSA



d'Alba
piedmont



DESKER



WAKE MY KE



freshian



hince

blockchain labs



창작을 이끄는 트렌디 한 공간을 열다

최고의 결과물을 제공하기 위한 효율적인 공간

스튜디오

Studio

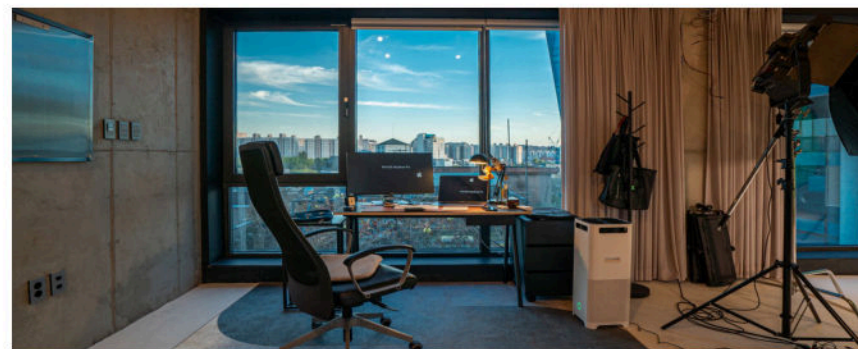
단순함을 돋보이게. 고품질 영상 제작을 위한 시원한 화이트 호리존



탁 트인 전경

An Open View

감독과 직원들의 다양한 아이디어와 창의력을 불러일으킬 수 있는 공간



DIRECTOR BAEK SUJIN 백수진

스튜디오 새파도가 탄탄하게 걸어온 길

2019~2021

2019 Tech Star Startup Weekend 홍보 영상
2019 서울시 청년허브 홍보 영상
2019 Hint, Doobit 제품 커머셜 홍보 영상
2020 NIKE KOREA 압구정 플래그쉽 홍보 영상
2020 서울시 중랑구청 리노베이션 프로젝트
2020 서울시 옥수역 아트 프로젝트
2020 서울시 영등포역 리노베이션 프로젝트
2020 교보생명 X 홍합밸리 행사 프로모션 영상
2020 롯데카드 제품 프로모션 영상
2020 Too Faced 행사 프로모션 영상
2021 현대면세점 홍보 영상
2021 태영건설 유플래닛 홍보 영상

2021~2022

2021 TMAP (SKT) 브랜드 홍보영상
2021 Desker 브랜드 홍보영상
2021 BMW 브랜드 홍보영상
2021 Hince 제품 홍보영상
2021 스타쉽엔터테인먼트 프로젝트 수주
(아이즈원, 강다니엘, 차은우, 오마이걸, 더보이즈 등 다수)
2021 브랜뉴뮤직 MV 감독
(최낙타, 요다영, 키비 등)
2021 던밀스, EK, Sway D, 아우릴고트 MV
2022 브라질 상파울루 한국 대사관 (외교부) 프로젝트
2022 넷플릭스 이상한 변호사 우영우 홍보 프로젝트

2022~2026

2023 사회적 기업 드림메이커스 공식 홍보영상
2023 올리브영, LG프레시안 홍보영상
2023 무신사 OOH 홍보영상
2023 서울역사박물관 공식 홍보영상
2023 파라다이스호텔 홍보영상
2024 라이나생명 홍보영상
2024 네이버쇼핑 홍보영상
2025 포켓몬고 공식 홍보영상
2025 롯데캐슬 정기 콘텐츠 진행
2025 SK D&D 에피소드 브랜드필름 제작
2026 자이르네 CF 제작

차별화된 노하우, 체계적인 프로세스

계약 수주부터 최종 납품까지, 확실한 프로세스

영상 제작에서 무엇보다 중요한 것은 프로세스와 커뮤니케이션입니다.

클라이언트, 출연자, 감독, 스태프, 로케이션 관련자... 복잡하고 다양한 이해관계 속에서 어떤 프로세스를 가지고, 얼마나 효율적으로 소통하며 진행할 수 있는냐는 오로지 오랜 경험으로만 체득할 수 있는 능력입니다.

프로젝트 일정



02.

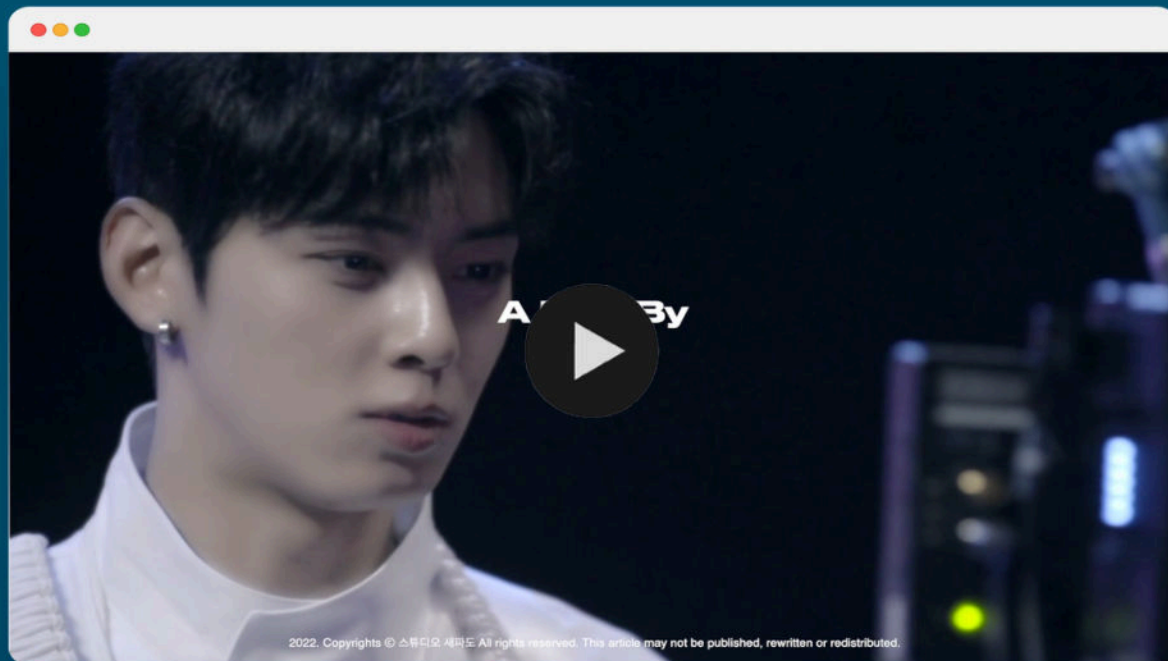
포트폴리오 레퍼런스

S T U D I O

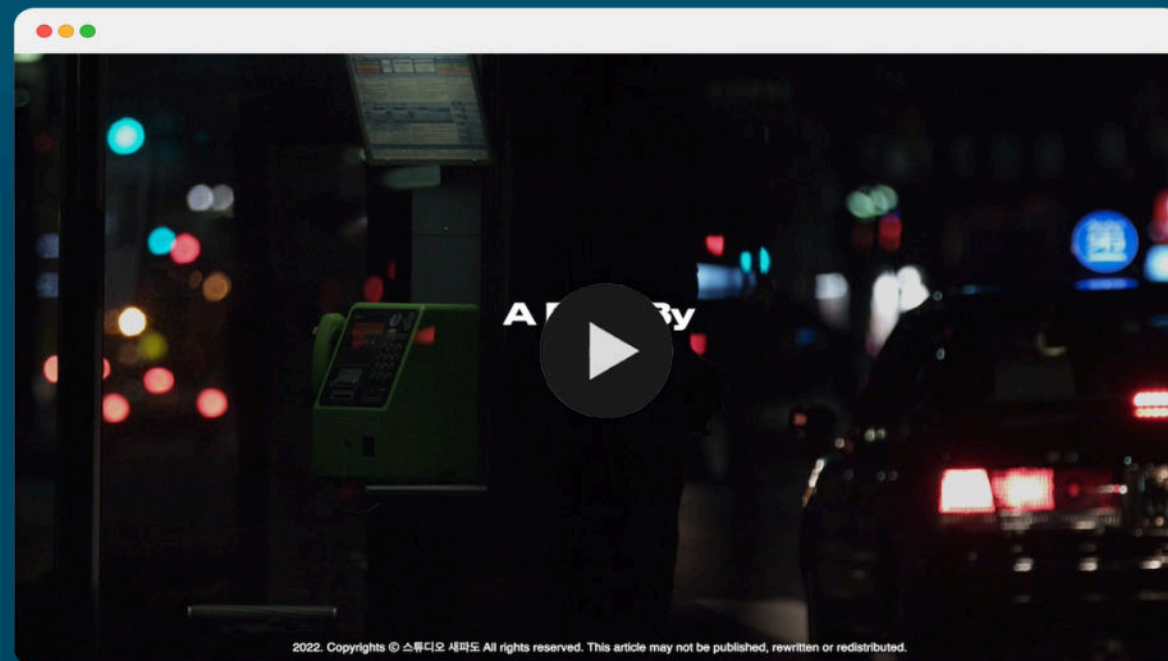
새
파
도

대표작 Campaign Reels

Commercial REELS



MV & Art Works REELS



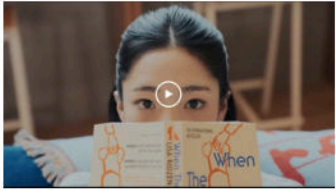
Commercial Portfolio

*클릭시 영상이 재생됩니다



Client : GS건설

Xi Rene 자이르네 기업 브랜드 필름



Client : SK D&D

SK D&D EPISODE 브랜드 필름



Client : 롯데건설

롯데캐슬 브랜드드 콘텐츠 : 윤태호 작가



Client : SK D&D

EPISODE 인터뷰 콘텐츠 : 질리안 최



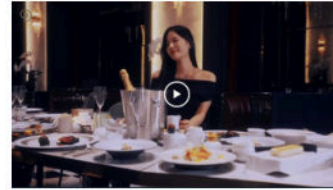
Client : 드림메이커스

사회적기업 드림메이커스 공식 홍보 영상



Client : Brandnew Music

한해,문세윤 비행기 MV



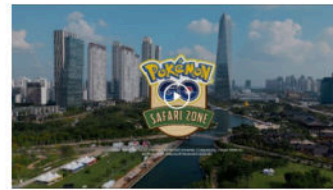
Client : 파라다이스 그룹

파라다이스 호텔 Winter Campaign



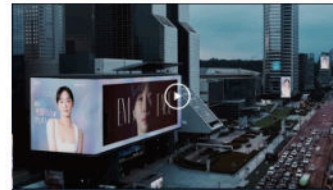
Client : 롯데건설

롯데캐슬 브랜드드 콘텐츠 : 더콰이엇



Client : 나이언틱

포켓몬고 송도 RECAP

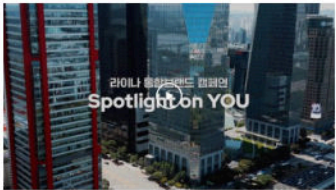


Client : BTL

엠페이스 삼성역 OOH 옥외광고 캠페인

Commercial Portfolio

*클릭시 영상이 재생됩니다



Client : 라이나생명

라이나생명 OOH 옥외광고 캠페인



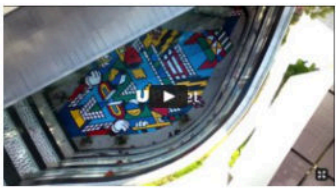
Client : 서울역사 박물관

전차 381호 공식 홍보 영상



Client : 디스커버리 익스페디션

Discovery Expedition, 쿠바(2018)



Client : 태영건설 (AK MALL)

태영건설 AK MALL X GRAFFLEX(2021)



Client : 롯데카드

롯데카드 회돈내산(2020)



Client : XP

XP ROVXE : God's Mistake MV



Client : 일본 관광청

ON THE ROAD 5 : Letter From Kyoto(2018)



Client : KT

KT 로밍 In 도쿄(2017)



Client : 넷플릭스

케이팝데몬헌터스 in TOKYO



Client : NIKE KOREA

Nike 벽화 프로젝트 WITH AXOO with Soňa Lee(2020)

03.

제작사례

S T U D I O

새
파
도

1.태영건설 유플래닛 홍보 영상

다양한 이해관계가 있었지만, 효율적으로 소통하여 좋은 결과를 도출해낸 프로젝트 -팀장 김성중

기존에 많은 포트폴리오를 함께 진행했던 아트 에이전시와 함께 진행했던 프로젝트였습니다.

클라이언트는 <태영건설> 로, 2021년 광명에 UPLANET 이라는 대형 쇼핑몰을 오픈하였고, 스튜디오 새파도에 홍보영상을 의뢰하였습니다.

쇼핑몰 바닥 전면을 유명 작가인 GRAFFLEX 가 맡아 아트 작업을 진행하는 과정을 영상에 담는 동시에, UPLANET 이라는 대형 공간을 영상에 담아야 하는 작업이었습니다.

TAEYOUNG

태영건설

Date 2021.10-2021.12

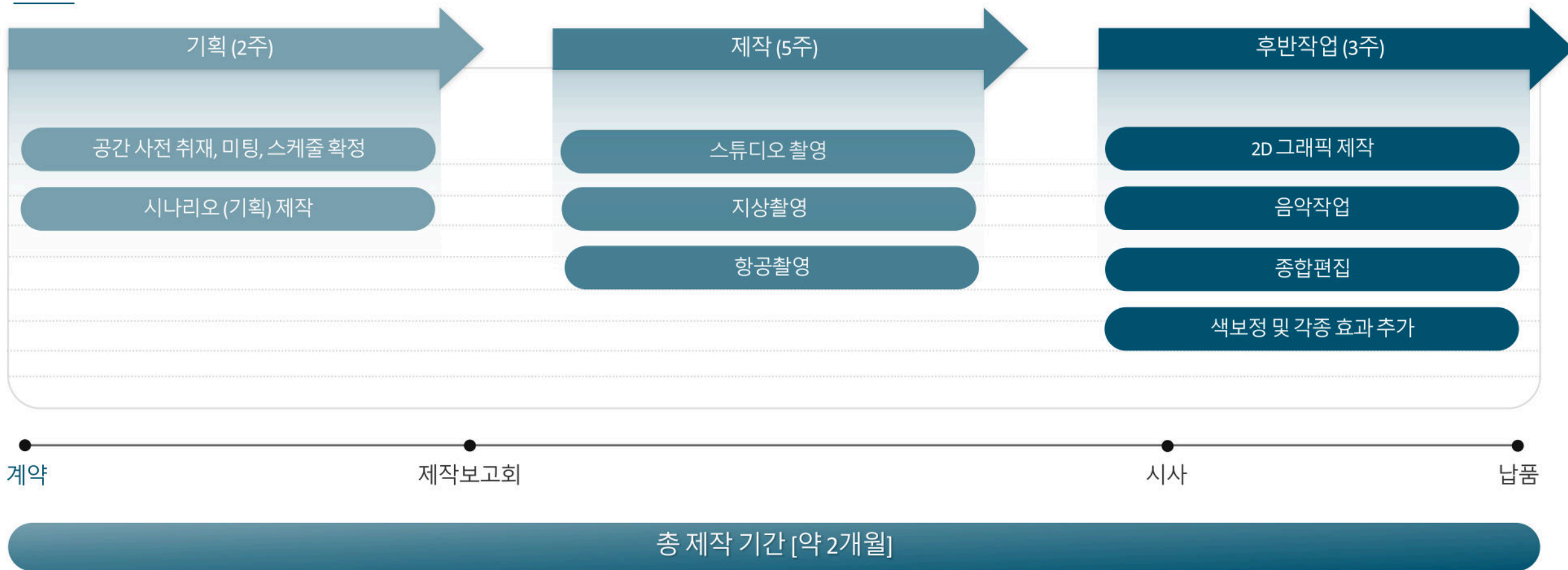
Type 대형 쇼핑몰 홍보 영상 제작

예산 40,000,000



PROCESS(제작 과정)

프로젝트 일정



PRE PRODUCTION (기획)



Project Goal

제작팀은 아직 공사가 진행중이었던 광명 UPLANET 에 미리 방문하여 사전 취재를 진행한 뒤, 시나리오 제작에 들어갔습니다. 그 후 어떤 코어 메시지를 영상에 담을까 고민하기 시작했습니다.

- a. 유명 작가인 GRAFFLEX 를 영상 전면엔 내세워 전개하는 것을 전제
- b. 건설 현장에서의 작업 과정은 간결하게 전달, 작가의 작업 모습과 인터뷰 위주로 흐름을 전개
- c. 'UPLANET' 건물의 특성을 살려 쇼핑몰 전경을 전반적으로 보여주되, 색채가 점점 뉘어져가는 모습 노출
- d. 영상의 말미에는 광각 짐벌 촬영, 드론 촬영으로 쇼핑몰과 작업 전체를 확실하게 노출시키며 마무리

프로젝트의 특이점

‘아트 프로젝트’ 자체가 영상에서 중요한 비중을 차지하여, 작가는 물론 아트 에이전시와의 효율적인 소통이 중요했던 프로젝트 였습니다. 이렇게 다양한 이해관계에 놓인 프로젝트일 경우, 클라이언트와 PPM(Pre-Production Meeting/영상제작기획안)을 가지고 효율적으로 컨펌해나가는 과정은 상당히 중요합니다. 러프한 기획안을 발전 시켜나가는 과정을 통해 중간 기획안을 해당 사진과 같이 도출하여 어느정도의 합의점에 도달한 뒤, 클라이언트와 미팅을 진행합니다. 미팅에서는 합의한 내용들에 대한 확인 과정을 거치고, 최종적으로 촬영 날짜와 편집본 납기일을 정합니다. 이후 PPM 을 추가로 디벨롭 하는 과정을 통해 최종 기획안을 도출합니다.



SHOOTING (촬영)

Project Skill

촬영은 사전에 합의된 스케줄에 따라 진행하였습니다. 작가 인터뷰 촬영 2회를 중점으로, 변화하는 현장 작업 과정과 마지막 완성단계에서 UPLANET 건물 전체를 스케치 하였습니다. 건물의 복잡한 구조를 모두 담기 위해 지상촬영과 항공촬영을 나누어 실시 했습니다. 다행히도 오픈 전에 전체 촬영을 진행 할 수 있게 되어, 촬영 자체에는 큰 어려움 없이 잘 마무리 할 수 있었습니다.



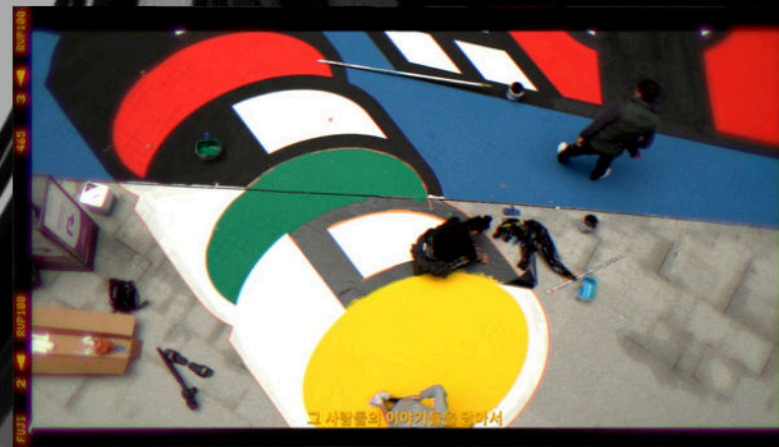
RESULT 영상/썸네일



그리고 사람들이 살아 숨쉬고,



약간 농담처럼? 웃고 얘기할 수 있는 느낌으로 그림을 그리는 것이 되게 재미있고 즐거웠요.



그 사람들의 이미지를 찾아서



이 정도로 한 공간이 이렇게 큰 공간에서 작업을 했던 건 처음이었던 것 같아요.



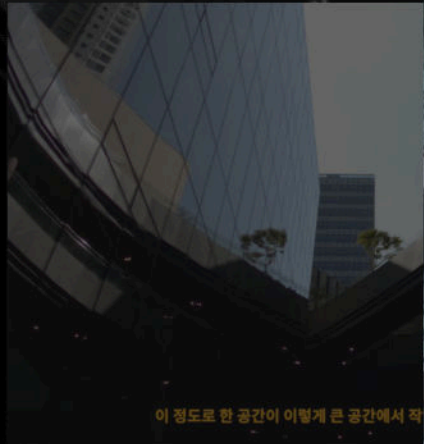
우리 주변에서 그냥 존재하는 것으로 봤으면 좋겠다고 생각을 하는게



TAEYOUNG

CIPD

RESULT 영상/썸네일



2. KT로밍 in 도쿄

제한된 예산으로 해외 로케이션의 다양한 모습을 연출해야 하는 미션이 있었지만, 효율적인 세팅·기획으로 모두가 만족한 결과물 제작

-감독 백수진

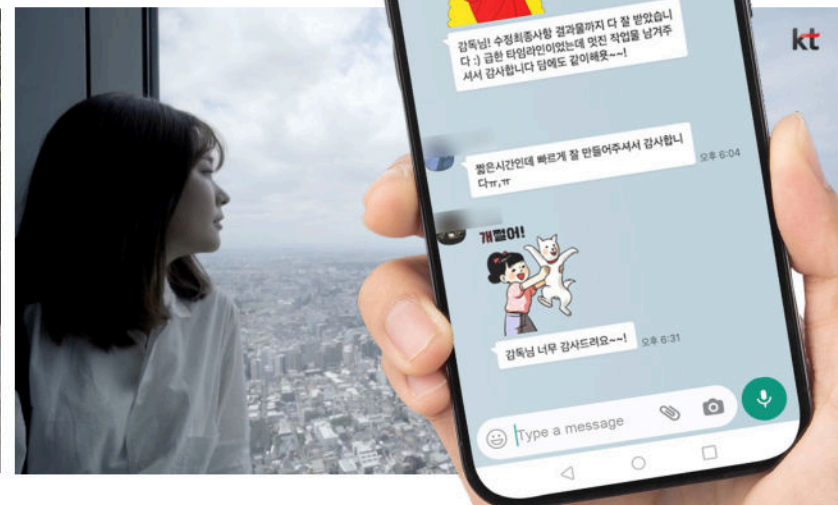
이동 통신사 KT의 개편된 로밍 서비스를 홍보하기 위한 영상제작 의뢰였습니다. 해외 로케이션에서 로밍 서비스를 사용하는 모습을 연출해달라는 요청이 있었고, 유명 여행 유튜버가 메인 모델로 출연하였습니다. 로케이션은 일본 도쿄로 정해졌으며, 여행하는 컨셉으로 다양한 스팟들을 방문하고 로밍 기능을 직접 사용하는 모습을 연출해야 했습니다. 클라이언트와 여러 단계의 협의를 거쳐 도쿄 도내의 세부 로케이션들을 픽스했습니다. 다만 해외 촬영이라 여러가지로 비용이 많이 들 수 밖에 없는 상황이었음에도, 효율적인 촬영팀 구성과 연출 기획으로 제작비 대비 좋은 퀄리티를 낼 수 있었습니다.



Date 2018.06-2018.08

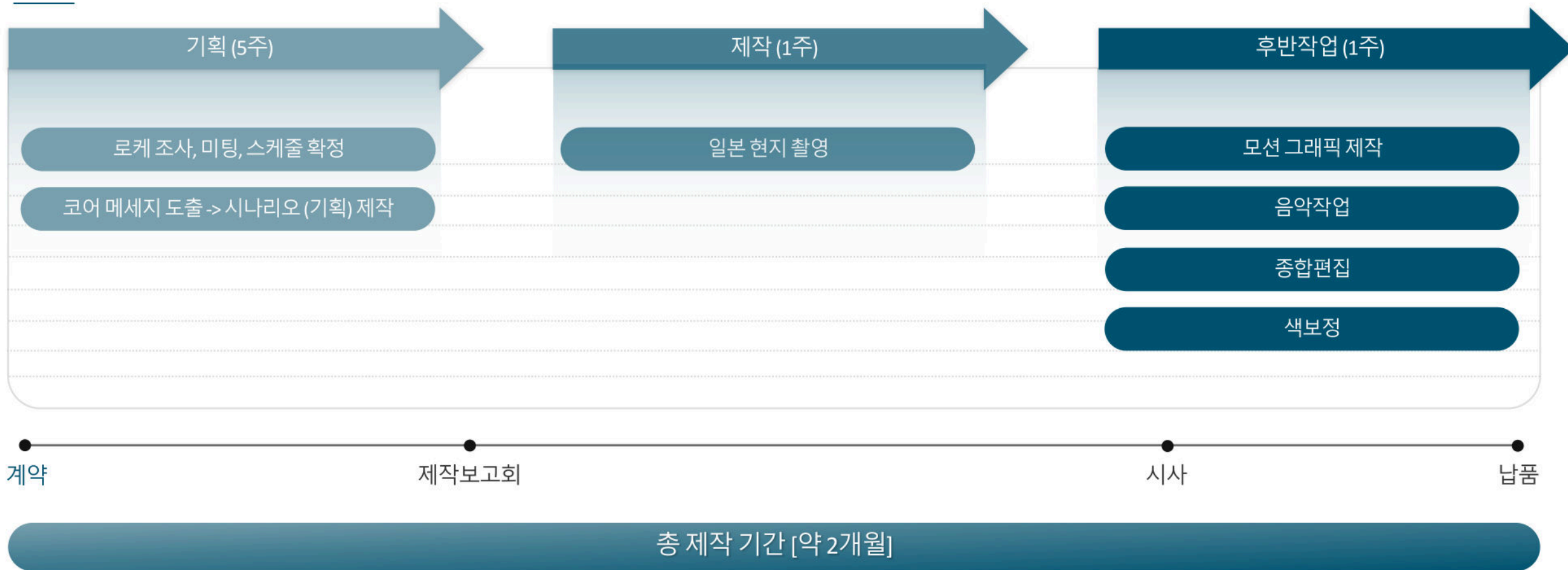
Type KT 제품 바이럴 영상 제작

예산 45,000,000



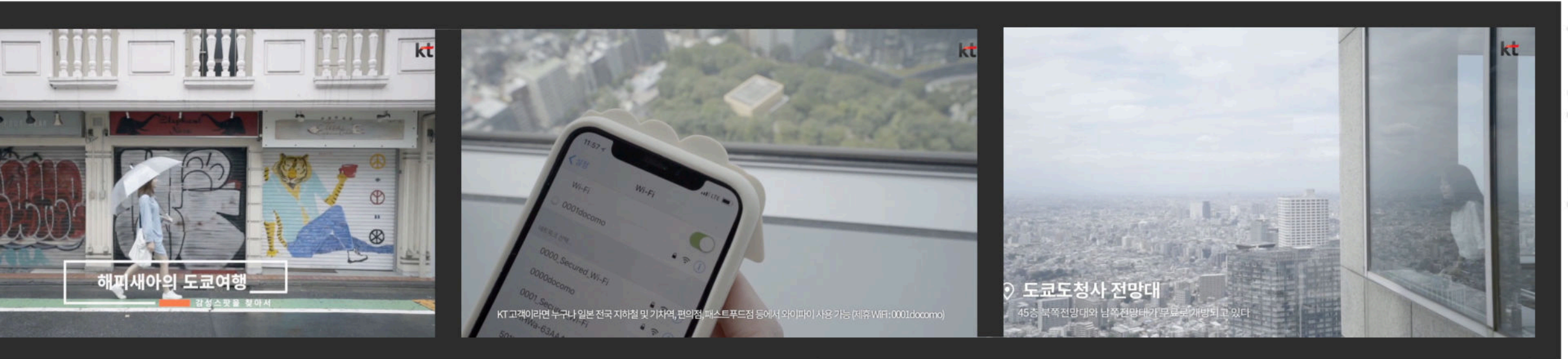
PROCESS(제작 과정)

프로젝트 일정



PRE PRODUCTION(기획)

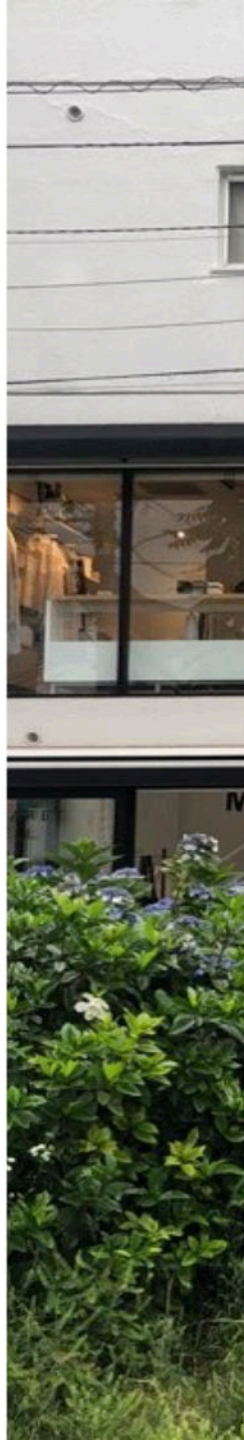
제한된 예산으로 해외 로케이션(도쿄)의 다양한 장소를 여행하는 장면을 보여주어야 했기 때문에 촬영 세팅과 동선을 효율적으로 계획 하는 것이 가장 중요했습니다. 실제로 감독이 많이 방문하였고 현지 지인 등 정보가 많은 도쿄로 로케이션을 정하였고, 촬영 모델인 여행 유튜버의 아기자기한 이미지에 맞춰 도쿄 내의 귀엽고 예쁜 여행지들을 설정하였습니다. 이후, 아주 촌촌하고 꼼꼼하게 촬영 계획을 수립해 클라이언트와 공유하는 과정을 거쳤습니다. 또한 해당 프로젝트가 '여행 영상' 이기 이전의 본질은 제품을 홍보하는 '홍보 영상'이었기 때문에, 제품의 특이점을 잘 녹여내는 것이 중요했습니다. 기획단과 클라이언트가 함께 관련 상품을 최종적으로 판단 해본 결과, 핵심 메시지는 **"KT의 로밍은 타사에 비해 저렴하며, 별도의 로밍 기계 없이도 데이터와 전화 통화를 언제든 편하게 할 수 있다"**로 파악했습니다. 이것을 토대로 우리는 최종적인 기획에 도달 할 수 있었습니다.

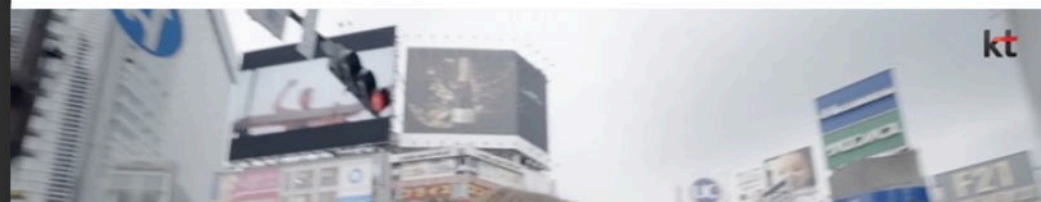


SHOOTING(촬영)

모든 촬영 현장은 변수에 어떻게 대응하느냐가 전부라고 할 정도로 변수 통제가 중요합니다. 기획은 확정되었고, 정해진 것을 하기만 하면 되는데 반드시 어떤 일이 발생하곤합니다. 그로 인해 촬영이 딜레이 되고 심지어는 촬영 자체를 못하게 되는 경우도 생깁니다. 좋은 결과물을 낸다는 것은 물론 기획이 첫째로 중요하지만, 촬영 당일 감독이 변수에 어떻게 대응하느냐가 성공적인 촬영에 있어 결정적인 요인으로 작용하기도 합니다. 즉, 감독의 풍부한 경험과 노하우가 반드시 필요합니다.

7월 도쿄에 도착한 날, 급작스럽게 많은 비가 내렸습니다. 물론 여름이기도 했고 야외 촬영이었기 때문에 우천을 어느정도 예상하였으나, 촬영 첫날부터 예상치 못한 비가 옴으로서 장비 이용과 로케이션 스케줄 등 전반적으로 문제가 생길 수도 있었습니다. 그러나 확정 로케이션 중, 어떤 곳은 오히려 비가 오는 것이 일본 특유의 감성을 극대화하여 촬영 할 수 있겠다는 판단을 했고, 비와 잘 어울리는 로케이션부터 촬영하는 것으로 돌발상황에 대응 했습니다. 그로 인해 맑은 날보다 오히려 더 좋은 촬영 결과물을 얻을 수 있었습니다. 이후 촬영은 큰 변수 없이 마무리 하였는데, 역시나 사전에 촬영 세팅을 최대한 기동성 있게 구성함으로써 해외임에도 불구하고 외부 조건 (촬영지 제약 등) 이나 체력 등의 영향이 적었던 것이 결정적인 요인으로 작용하였습니다.



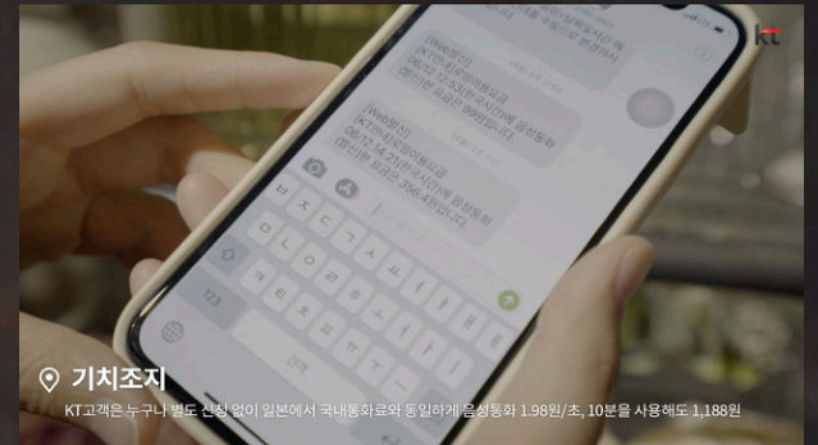


POST PRODUCTION(편집)

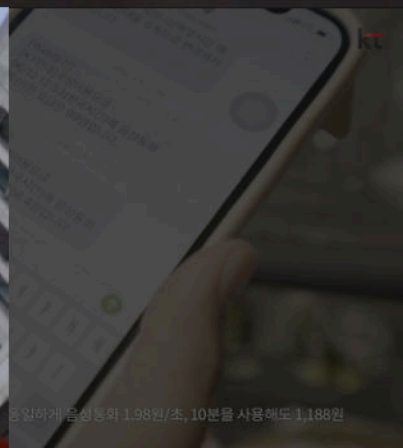
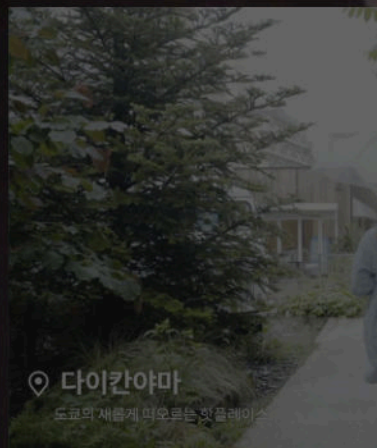
저희 팀은 한국에 귀국한 즉시 편집 작업에 들어갔습니다. 감독에게 클라이언트란 늘 수정을 요청하며 감독의 애를 먹이곤 하는 존재입니다. 다만 감독과 클라이언트가 올바르게 효율적인 의사소통을 하고 있고 더 나은 결과물 도출에 대한 의지가 동일하다면, 제한된 소스 안에서 오히려 결과물이 비약적으로 좋아질 수 있는 과정이 되기도 하고, 길고 지루할 수 있는 과정을 상당 수 줄일 수 있는 과정이 되기도 합니다. 그만큼 편집은 곧 수정이라는 말까지 있을 정도로, 최종제작에 있어 빼놓을 수 없는 작업이라고 할 수 있습니다.

해당 프로젝트는 그런 편집 과정을 아주 모범적으로 수행해낸 케이스였고, 편집에 들어가고 고작 1주일 남짓한 시간안에 클라이언트와 감독 모두 만족할 만한 최종 결과물을 낼 수 있었습니다.

RESULT 영상/썸네일



RESULT 영상/썸네일



3. Nike압구정, Wall Art 프로젝트

동일한 형태의 제작 프로젝트를 수행해온 경력으로, 기획부터 편집까지 매끄럽게 -감독 백수진

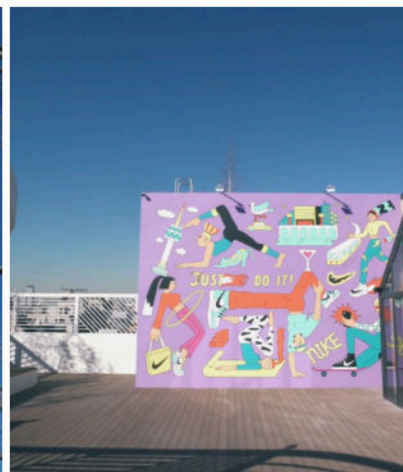
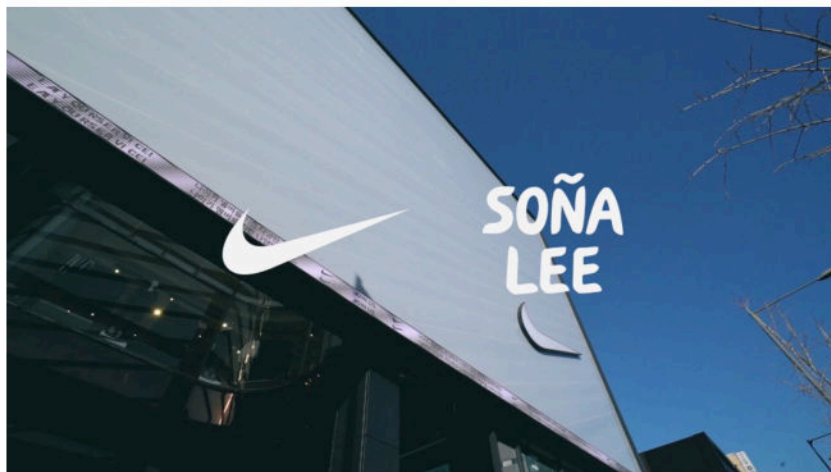
나이키 코리아는 2021년 압구정에 새로운 대형 매장 (플래그쉽 스토어) 을 오픈하게 되었습니다. 내부에 여러가지 콘텐츠들이 있었는데요. 대표적으로 옥상 공간에 벽화와 미디어 파사드 작업을 하게 되었습니다. 클라이언트는 전반적인 과정을 촬영하여 홍보하기를 원하였습니다. 스튜디오 새파도는 2016년부터 미디어 아트, 월아트 (벽화) 와 관련된 영상 프로젝트를 10건 이상 수주해온 경험이 있어 벽화 작업의 실제 진행 과정이라든지, 어떤 식으로 촬영을 진행해야 하는지에 대한 데이터베이스가 상당히 많이 쌓여있는 상태였습니다. 2016년에는 부산시가 주관한 3개월간의 벽화 프로젝트에 참여했고, 2018년부터는 서울시 벽화 작업 프로젝트를 4건 이상 진행하였습니다. 즉, 저희 팀에게 가장 자신있는 종류의 프로젝트였기 때문에 제작부터 마지막 광고주 시사까지 이슈나 수정사항이 거의 없이 마무리 될 수 있었습니다.



Date 2021.01-2021.03

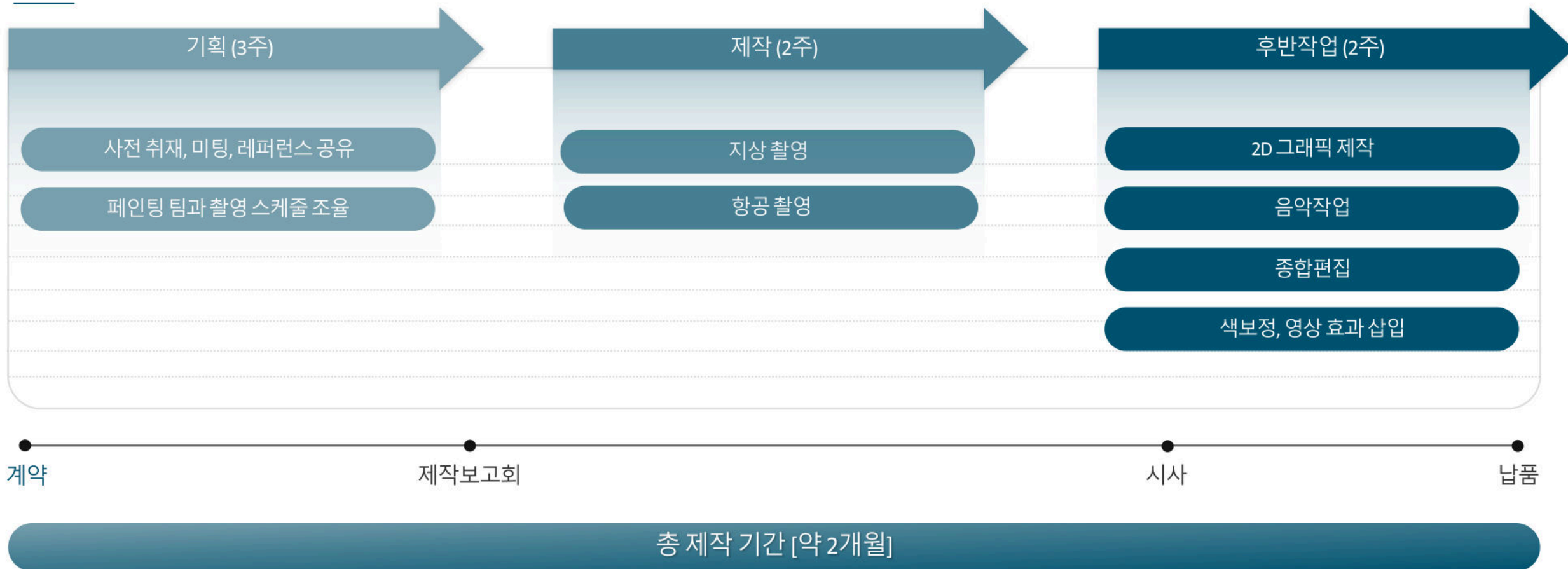
Type NIKE 아트 프로젝트 영상 제작

예산 25,000,000



PROCESS(제작 과정)

프로젝트 일정



PRE PRODUCTION(기획)

벽화 기록 영상 프로세스에서 중요한 것들

- ①작업이 시작되기 전 비어있는 상태를 반드시 촬영
- ②작업 초반부 중에서도, 처음으로 배경 색을 칠하는 과정을 촬영하는 것이 매우 중요
- ③벽화 내 오브젝트들에 처음 색을 채워 넣는 과정들 또한 확보
- ④과정을 촬영하는데 있어 원경과 근경을 다양하게 촬영할 것
- ⑤완성된 단계에서는 짐벌과 드론을 활용
- ⑥혹시나 사람들이 지나다니는 장소라면, 사람들이 모이는 장면이나 반응들 또한 확보

해당 과정들을 관통하는 하나의 핵심은, 벽화 프로젝트의 특성상 **‘아무것도 그려져 있지 않을때와, 벽화가 완성 되었을때’**의 극적인 변화를 보여줘야 한다는 것입니다. 그것이 ‘벽’이라는 그 자체가 될 수도 있고, 해당 공간을 향유하는 사람들의 감정상태나, 그 공간의 분위기 자체가 될 수도 있습니다. 따라서 초반부의 무미건조한 상태와 마지막 완성단계의 대조를 확실하게 보여주는 것이 가장 중요하다고 할 수 있습니다.

또한 이 프로젝트에서 중요했던 점은, 나이키의 ‘새로운 플래그쉽 매장 오픈’이라는것이 가장 큰 뿌리였기 때문에, 건물 외부 모습을 촬영하고, 내부 구조 또한 특정 장면을 통해 효과적으로 보여주는 것이 필요했습니다. 그를 위해 초반부, 후반부에서 매장 관련 샷들을 삽입하기로 하였습니다.

01

벽화가 있는 공간의 '변화' 를 확실히 보여주기
위해 처음 상태와 완성 상태간의 대조를 보여줄
것

02

전체 과정이 지루하지 않게, 빠른 템포의 음악을
사용하고 편집점 또한 타이트하게 잡아 리듬감
있게 감상할 수 있게 할 것

02

나이키 브랜드를 특정 부분에서 확실히 노출
시키고, 압구정 매장의 존재감을 살릴 수 있는
샷들을 필수적으로 삽입할 것



NIKE - APGUJEONG

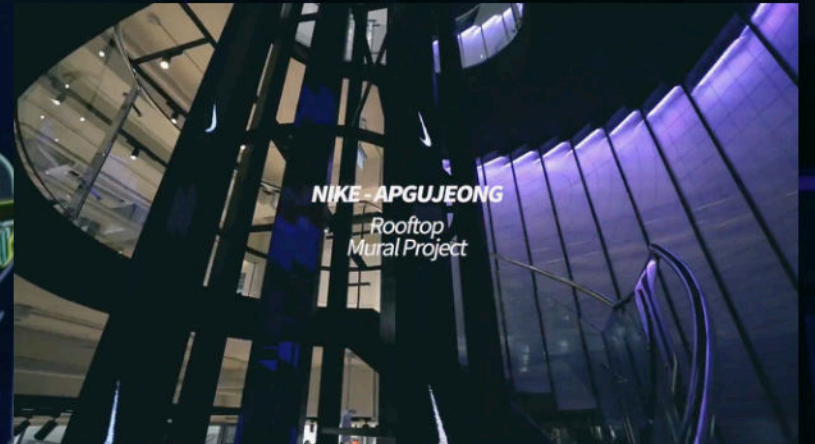
Rooftop Mural Project

SHOOTING(촬영) & POST PRODUCTION(편집)

보통 작업 초반부에 집중해서 촬영을 하고, 후반부로 갈수록 디테일 촬영을 합니다. 이때 가장 중요한 것은, 가까이서 찍는 디테일 샷과 멀리서 찍는 샷들을 조리있게 잘 섞어주는 것입니다. 여러 대의 카메라를 사용하여 다양한 앵글을 확보해야 하며, 필요에 따라 드론 촬영도 실시합니다. 서울내에서의 항공촬영은 지자체에 사전 허가를 받아야하기 때문에, 드론 허가와 관련된 자격증이나 여러가지 지식이 필요합니다. 이 부분은 보통 작업 시작 전에 클라이언트에게 일정을 전달받고, 행정적인 절차를 미리 진행 해놓고 촬영에 들어갑니다.

이러한 전체 촬영 과정은 대략 빠르면 1주, 오래 걸리면 1달 안에 마무리 됩니다. 그리고 초반부 촬영 만큼이나 중요한 것이 마지막 벽화 완성본 촬영입니다. 최대한 날씨가 좋은 날을 정해서, 사람이 가장 많은 시간대에 나가서 촬영을 합니다. 역시나 최대한 다양한 앵글로 여러가지 모습을 확보합니다. 이 과정까지 마무리 되면 이제 편집에 들어가는데요. 대략 1주에서 2주 정도가 소요됩니다. 최종 편집본을 클라이언트에게 시사하고, 약간의 수정을 거친 뒤 프로젝트를 마무리 할 수 있었습니다.

RESULT 영상/썸네일



RESULT 영상/썸네일



4. 브랜뉴뮤직 요다영·최낙타 MV

변수가 많을 수 밖에 없는 규모의 촬영 현장이었으나, 모든 스태프들과 사전에 대비를 철저히 하여 만족스러운 결과물 창출 -PD 장인성

브랜뉴뮤직과는 이전에 두 세차례 작업한 경험이 있었고, 만족 할만한 결과물로 신뢰를 쌓아 어느정도 큰 예산의 뮤직비디오를 수주할 수 있게 되었습니다. 뮤직비디오 같은 경우, 다른 작업들보다 감독의 센스가 결과물의 퀄리티로 직결되기 때문에 기획부터 편집까지 감독의 역할이 상당히 중요합니다. 촬영 시간 제약이나, 수많은 스태프들이 관여되어 이를 전체적으로 조율하는 작업이 매우 까다롭습니다. 하지만 해보고 싶었던 아티스트와의 작업이기도 했고, 음악 또한 마음에 들어 전체 작업 과정이 외주 작업을 한다라는 느낌보다는, 꼭 잘 만들고 싶은 개인작업을 하는 느낌에 가까웠습니다. 감독으로서 영상 작업을 할때 스스로의 동력에 의해 열정이 크게 생기는 경우, 이 작업을 만났게 '운명이다' 라고 느껴질때가 있습니다. 아티스트와 모든 스태프들이 열정적으로 응수해준 덕분인지, 상당한 호평을 받으며 작업을 마무리 할 수 있었습니다.

**BRANDNEW
MUSIC**

Date 2021.06-2021.09

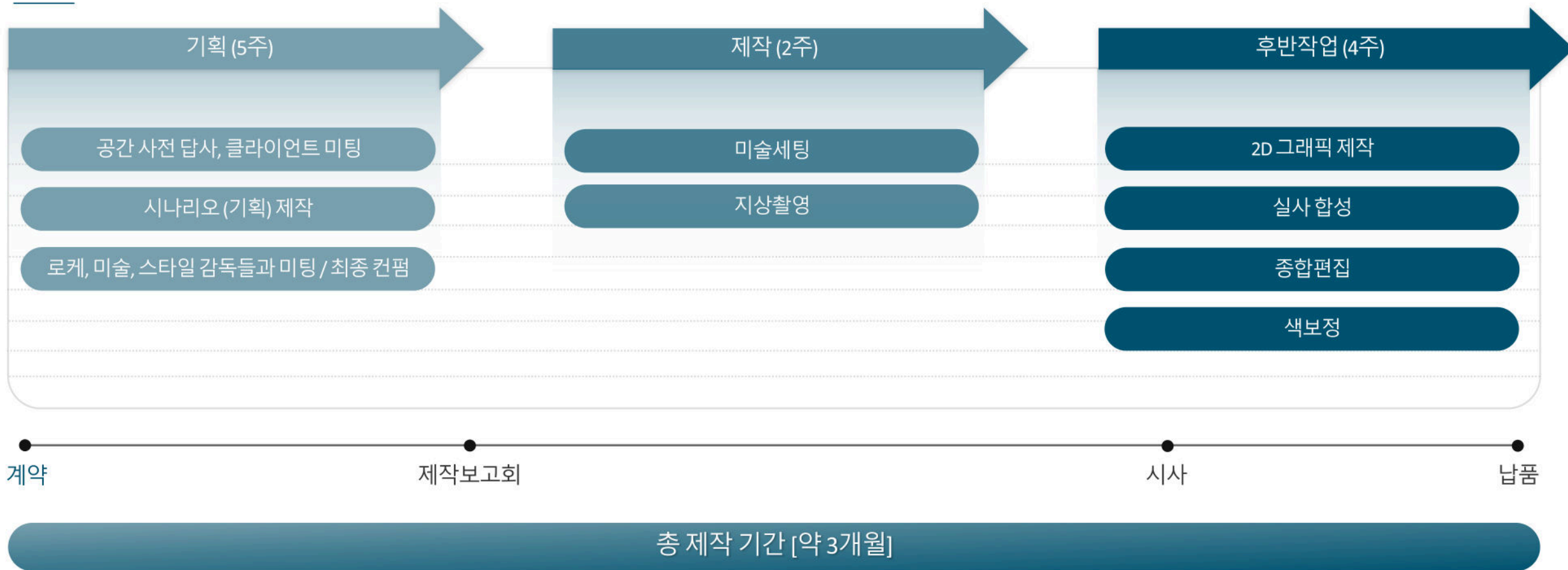
Type 요다영·최낙타 MV

예산 40,000,000



PROCESS(제작 과정)

프로젝트 일정



WARDROBE

요다영 / 착장 1

착장 1 - 5-70년대 서구권 레트로한 의상. 약간 너드같은 느낌. 큰 안경, 머리핀 같은 포인트.



Tone & Manner

Vintage, Kitsch, Retro / 공간별 메인 컬러, 귀여운 포인트 요소.

lovelylove



PRE PRODUCTION(기획)

뮤직비디오란 아티스트의 색깔이 들어간 음악을 가지고, 그에 맞는 옷(영상)을 입히는 작업이기 때문에 기획 단계가 매우 중요합니다. 재료 (음악) 자체에 대한 이해가 상당히 중요하므로, 감독은 기획하는 몇 주 내내 수백, 수천번을 반복해서 음악을 들어야만 합니다. 이후 기획안을 발전시키는 과정에서 아티스트, 소속사, 촬영/조명/미술 감독들과의 커뮤니케이션은 영상 품질에 큰 영향을 줍니다. 또한 트렌드와 굉장히 맞닿아있는 장르기 때문에, 기획에서 그런 부분들을 최우선으로 고려하는 것도 상당히 중요합니다.

MV 「LovelyLove」

해당 음악을 듣고 회의를 하며 나왔던 첫 아이디어는, '아기자기하고 양증맞은 7-80년대 서구권 감성의 톤앤매너에, 남자와 여자가 나와서 서로를 사랑하지만 사랑하지 않는 것처럼 행동했으면 좋겠다' 였습니다. 음악의 가사나, 등장하는 아티스트 둘의 비주얼도 위와 부합되었으며, 최근 빈티지한 톤이 유행하는 점 또한 트렌드적인 관점에서 좋을 것이라 판단했습니다.

PPM 기획안

PD, 촬영감독, 조명감독, 미술감독과 수없이 미팅을 가지며 기획안의 세부 사항들을 픽스하였습니다. 결과적으로는 '귀여운 소품들이 마구 뒤섞인 하나의 방에서, 서로를 항상 생각하고 있지만, 각자를 전혀 인지하지 못한다' 라는 구체적인 상황을 메타포 삼아 샷 리스트를 제작했습니다.

기획 마무리

프로젝트의 규모가 컸기 때문에 다양한 스태프들과 소통하며 최대한 빈틈 없이 기획해나가는 것이 필수적이었습니다. 특히 뮤직비디오의 경우 아티스트의 이미지가 상당히 중요하기 때문에, 비주얼 컨펌 과정이 훨씬 더 세밀합니다. 스타일리스트, 메이크업 아티스트들과도 여러번의 컨펌 과정을 거친 뒤, 기획사와 최종 소통을 하면 촬영 준비가 끝납니다.



01

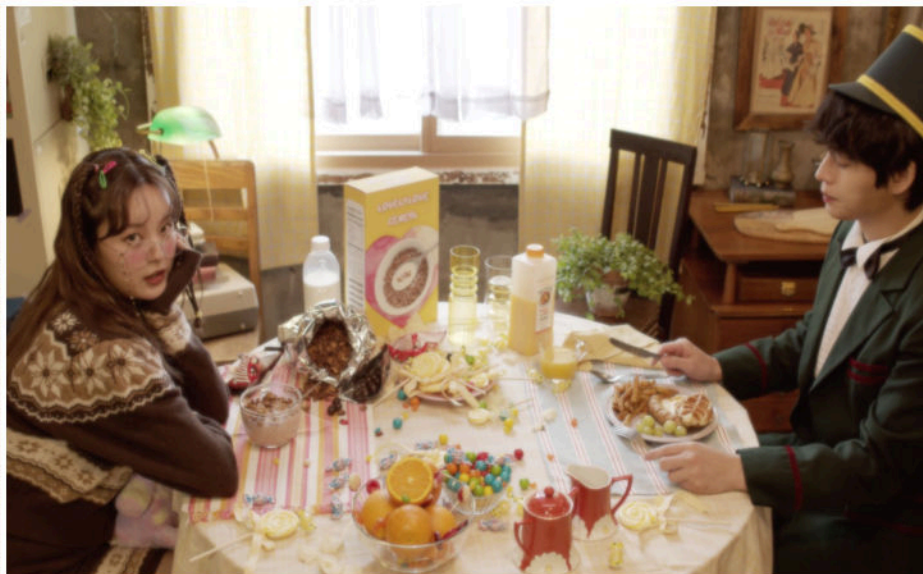
아티스트의 음악적 이미지 → 귀여운, **양증맞은, 사랑스러운** 이미지를 적절한 이야기(메타포)와 조합하여 확실히 비주얼라이징

02

아티스트와의 소통을 가장 우선에 두고, 제작팀 자체 회의에서도 '음악' 자체를 중심에 두고 엉뚱한 방향으로 흘러가지 않도록 항상 주의함

03

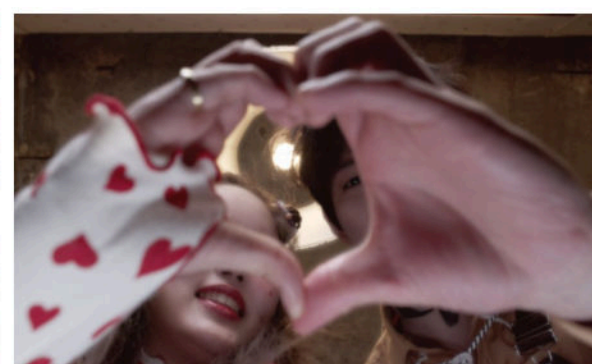
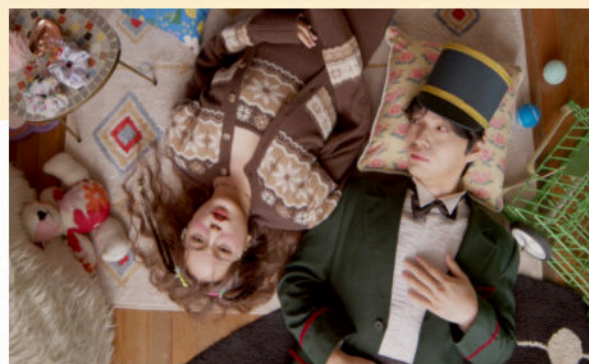
이미지에 따라 미술 세트를 구성하며, 사전 미팅을 많이 가지고 돌발상황에 유연히 대처할 수 있도록 계획은 여유롭게 준비



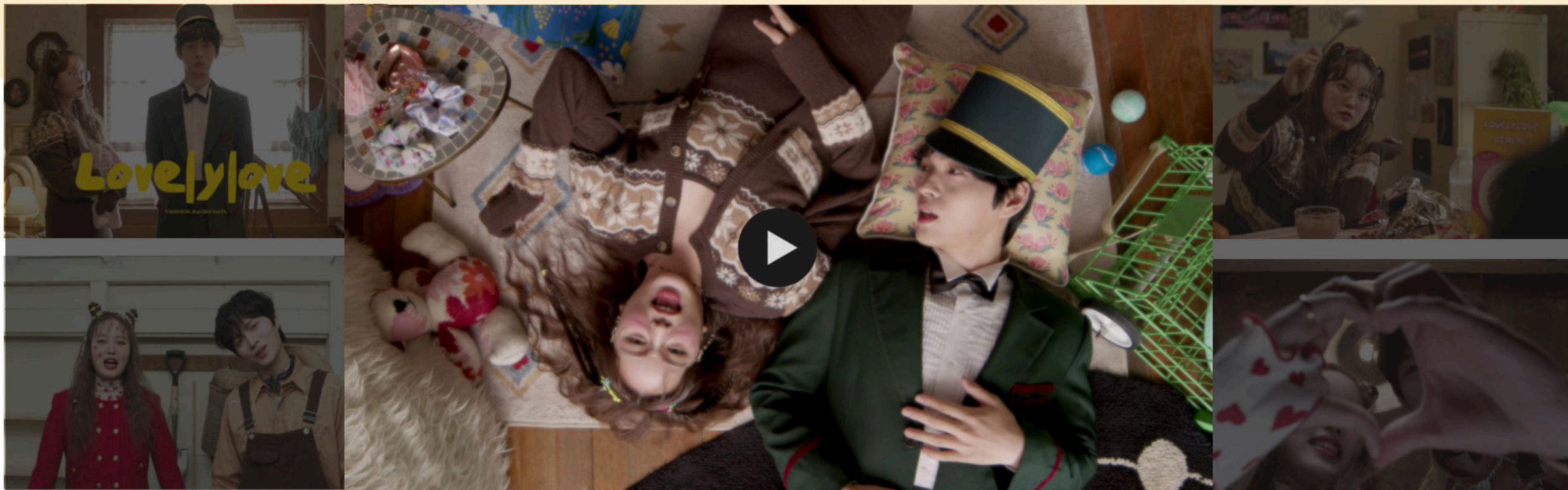
SHOOTING(촬영)& POST PRODUCTION(편집)

촬영 당일, 아주 촘촘하게 촬영을 계획했지만, 현장 공간이 협소해 미술 세팅이 생각보다 오래걸렸습니다. 다행인 점은 촬영감독, 조명감독과 함께 상당 부분 디테일한 사전 회의를 거쳤고, 스태프 모두가 기획에 대한 이해도가 높았습니다. 따라서 어떤 장면을 걸러낼지에 대한 판단을 현명하게 할 수 있었고, 각 장면 촬영을 미리 준비하는 과정이 상당히 빨랐기 때문에 다른 부분에서 시간 세이브를 할 수 있었습니다. 특히나 실내 세트장이었기에 조명감독의 역할이 중요했는데, 좁은 현장에서 기민한 대처를 해주었습니다. 옥상 (야외) 촬영에 시간이 딜레이되는 바람에 낮에 찍으려 했던 장면이 저녁이 되어 난감하기도 했는데, 이 또한 조명감독의 센스로 저녁을 낮처럼 연출하였습니다. 모두 사전에 회의를 많이 한 덕분에 가능했던 대처였습니다. 결국 딜레이 없이 촬영은 마무리 되었고, 편집에 들어갈 수 있었습니다. 다행스럽게도 기획부터 촬영 당일까지 아티스트 뿐만 아닌 기획사와 소통이 잘 되었고 만족스러웠기 때문에, 최종 편집본 시사에서 반응이 상당히 좋았습니다. 감독 개인도 해당 MV 작업에 대한 애정이 컸기 때문에, 참 뿌듯했던 작업물로 남게되었습니다.

RESULT 영상/썸네일



RESULT 영상/썸네일





Commercial & MV Production 스튜디오 새파도

Period 2016-2025

Director Baek Sujin

T 010 3883 4172

E. sd@studiosaepado.com

A. 서울특별시 용산구 이태원동 44-17, 녹평빌딩 5층

W. <http://studiosaepado.com>
