

# 그래스 정규 1집 'SUNDOWN' 기획 및 디자인

팀 명 선다운팀

팀 원 김서연, 차승아

지도교수 고옥 교수님

## 개발 동기 및 목적

### ✓인물설정

김수인은 64.5만명 구독자 보유 채널 <여락이들\_>을 운영하는 여행 유튜버입니다. 또한 그녀는 <그래스>라는 활동명으로 2019년에 인디 가수로 데뷔하였습니다.

그녀는 자신의 본업을 충실히 이행하면서도 부캐인 가수로 활동하며 자신이 그리는 이상향에 다가가는 모습을 보여주고 있습니다.



### ✓프로젝트 동기 및 목표

K-pop 기획사들은 수년간 2가지 방식으로 기업가치를 상승시켰습니다. IP의 팬덤 성장과 신규 수익 모델 확장입니다. 김수인 크리에이터는 대형 기획사의 도움 없이 Youtube와 Soundcloud 두 플랫폼에서 팬덤을 형성하고 여행 유튜브 채널을 통해 수익 모델 확장을 이뤄내고 있습니다.

그녀가 유튜버로서는 활발하게 활동하고 있지만 가수로서 그녀의 매력을 충분히 보여주지 못한다는 문제점을 발견했습니다. 따라서 가수 그래스의 IP를 발전시키는 것을 프로젝트 목표로 설정하였습니다.

### ✓목표 수행 방법

K-pop 팬덤이 MD 상품으로서 음반을 소비하기 시작하면서 K-pop의 성장 속도는 기하급수적으로 빨라졌습니다. 팬들은 지속적으로 아티스트에게 새로운 콘텐츠를 요구하고 이에 맞춰 아티스트는 자신의 메시지를 잘 전달할 수 있는 앨범을 기획하고 제작합니다.

그래스의 색깔을 잘 표현하고 팬덤을 확장 시키기 위해서는 앨범이 중요한 콘텐츠라고 생각하였습니다. 그래스는 20개의 음원을 발매했지만 정규 앨범이 없어 기존 곡들로 정규 1집을 발매한다면 그래스 자신과 팬들에게 의미 있는 메시지를 전달할 수 있을 것 같아 가상으로 정규 앨범을 기획하게 되었습니다.

## 개발 내용

### ✓앨범 기획 및 디자인목표

그래스의 곡들과 영상 콘텐츠를 조사하면서 여행, 청춘, 노을 이 세가지를 핵심 키워드로 선정하였고 그래스의 매력과 키워드가 잘 어우러지도록 앨범을 기획하고자 하였습니다.

'여행을 떠나 사람들을 만나면서 내 자신을 찾는다' 를 앨범의 주제로 정하였고 노을을 보면서 여행을 마무리하는 이미지를 연상하도록 콘셉트를 잡았습니다.

### ✓프로모션 기획

출시를 홍보하는 SNS 타임라인을 기획하고, 앨범의 무드를 간접적으로 느낄 수 있는 무드 샘플러 영상을 준비했습니다. 또한 앨범 "SUNDOWN"이 그래스의 팬들에게 하나의 문화 이벤트가 될 수 있도록 프로모션을 기획했습니다.

## 주요기술



## 결과 및 분석

### ✓그래스 정규 1집 'SUNDOWN'



그래스의 노래들은 그래스 팬들에 대한 사랑과 남녀의 애절한 사랑을 그리는 노래가 많았고 그것은 모두 그래스의 정체성을 상징한다고 생각했습니다. 저희는 "너를 사랑하면서 내 자신을 찾아"라는 슬로건에 맞춰 10곡의 음원을 트랙리스트로 만들어 앨범을 기획했습니다.

여행 테마에 맞게 비행기 창문으로 노을이 비치는 모습으로 디자인을 하였으며 그래스의 아이덴티티가 잘 돋보일 색상과 폰트로 무드와 스타일을 잡았습니다.

### ✓앨범 홍보 프로모션 기획 <그래스의 그렸으 : 여행감상회>



<그래스의 그렸으 : 여행 감상회>는 오프라인 공간을 활용하여 앨범의 MD를 전시하는 기획전입니다.

크리에이터 그래스의 콘텐츠는 여행을 좋아하는 많은 청춘들에게 문화 이벤트이자 축제가 될 수 있습니다. 그래스가 가진 색깔과 비슷한 대학가의 작은 카페 공간을 섭외하여 그래스의 오프라인 영역을 확장하고자 합니다.

이 기획전의 목표는 앨범 홍보 및 팬들과 소통하는 것입니다. 그래스의 라이브 콘서트, 팬들과 함께 여행 경험을 공유하는 프로그램이 준비되어 있으며 온라인도 함께 즐길 수 있도록 유튜브 채널에도 송출할 계획입니다.

