

THEBLACKLABEL
SOMI

소속 아티스트 분석 기획안 및 앨범리뷰
박지민

XOXO SOMI



프로듀스 101의 걸그룹 IO이로 데뷔하여 솔로데뷔를 하여 "BIRTHDAY"와 "WHAT YOU WAITING FOR"를 지나 "DUMBDUMB"으로 하이틴 이미지를 굳히고, 첫 정규앨범 "XOXO"로 미국적이면서 이질감이 들지 않는 약간의 한국적이고 익숙한 비주얼과 PINK SWEAT\$가 참여해 색다른 음악성과 발전된 라이브 실력으로 전소미만 할수있는 하이틴 컨셉의 대명사로 자리매김했습니다.

이미 걸그룹으로 유명했던 멤버가 솔로로 데뷔하는 아티스트 전소미 같은 케이스는 첫 데뷔 화제성 이 앞으로의 행보에 너무나도 많은것을 좌우 하기 때문에 아티스트 전소미 입장에서 이 시기에 큰 반응을 이끌어내지 못하고 데뷔 앨범 한장없이 시간을 흘려보낸것이 꽤나 뼈아픈 흐름이 될수도 있었습니다.

또, 이미 대중들의 기대치가 떨어져 있는 상태로 컴백했다 하더라도 굳이 클릭을 부르지 못하는 콘텐츠가 될 갈림길에 선상황이었지만 젊음 세대의 우상 답게 섹스 (릴스, 유튜브브 쇼츠, 틱톡)을 적극적으로 이용하는 프로모션과 완벽한 컨셉 선정을 통해 또 다시 화제성을 불러온것은 똑똑한 전략이었다고 생각합니다.

‘DUMB DUMB’은 소미의 완벽한 컨셉에 눈에 띄는 홍보활동은 별로 없어보일 수 있지만, 굉장히 간단해 보이고 잘만 한다면 10시간 동안 예능을 촬영하는 것 보다 홍보효과가 크고 무엇보다 그 파급력이 국내로 국한되지 않는다는 점에서 매력적인 섹스영상 (INSTAGRAM REELS, TIKTOK, YOUTUBE SHORTS)을 적극 활용한 첫번째 활동이었다는 점이 인상적이었다고 볼 수 있었습니다. 이러한 마케팅에 저의 전략을 약간 더해보자면 1000만이 넘는 팔로워를 가지고 있는 아티스트 전소미의 파급력을 적극 활용하여 뻘한 인스타그램의 모든 기능을 적극 활용하여 제가 주목한 기획은 인스타그램의 AR STICKER기능입니다. 인스타그램 스토리는 일반인 기준 평균 100명이상이 조회합니다. 아티스트 전소미의 하이틴 컨셉, 신곡앨범의 이미지와 맞는 누가봐도 사용하고 싶고 키치하며 홍보도 가능, 챌린지에도 이용가능하고 스토리에 바로 공유 가능한 인스타그램 스티커를 이용한 스토리를 한명이라도 이용한다면 스토리를 조회한 그 밑의 팔로워들, 그중 또 다시 한명이라도 이용한다면 그 밑의 팔로워들이 이용하여 꼭 사용하지 않더라도 SNS 유저들의 눈에 익을 것이고 자연스럽게 신곡이 홍보될 것입니다.

DUMBDUMB



WHAT YOU WAITING FOR



‘WHAT YOU WAITING FOR’은 아티스트 전소미의 두번째 디지털 싱글로, 모든 피드백을 완벽하게 보완하여 BIRTHDAY에서 보여준 다소 부족한 모습과 논란들을 잠재운 활동이라고 할 수 있습니다. 이때부터 하이틴 컨셉을 살짝씩 보여주었고 잠재력이 폭발한 아티스트의 모습을 보여주지 않았나 생각합니다. 그 결과, 국내 음악방송 ‘엠카운트다운’에서 1위를 차지하고 음원차트에서 상위권을 차지하며 유의미한 결과를 만들어내기도 했습니다. 제가 생각하는 ‘WHAT YOU WAITING FOR’은 아티스트 전소미의 새로운 출발이기도 하지만 전소미가 향후 이끌어 나가야할 컨셉이라고 생각합니다

컨셉에 대해 10대 아티스트의 의견을 이야기해보자면, 하이틴 컨셉은 말 그대로 10대의 해외 고등학교 생활 비주얼적, 예술적으로 풀어낸 컨셉이라고 할 수 있습니다. 아티스트는 2001년생 21세로 언젠간 하이틴 컨셉을 유지하는데 무리가 있는 나이가 될 것입니다. 따라서 현재까지의 활동과 뮤직비디오의 스토리를 연결시켜 하이틴 (고등학교생활, 프롬, 홈커밍파티) - 해외대학생활 (파티, 시험기간) - 해외팝스타컨셉 (싱어송라이터 이미지 굳히기) 등 아티스트 전소미의 자아형성 및 성숙해져가는 과정, 전소미만이 가능한 색깔, 컨셉, 비주얼이 곧 세계관이 될것이고 해외학교생활 등에 열광하는 한국의 대중들의 니즈도 만족시킬것입니다.

‘BIRTHDAY’는 인기결그룹 멤버였던 아티스트 전소미가 더블랙레이블과 새로 계약하고 처음으로 낸 데뷔싱글입니다. 워낙 인기가 많던 아티스트였기 때문에 화제성이 있었지만 평소 보여주던 실력보다 긴장한 모습과 난해한 코디가 더해져 아쉽다는 평을 많이 받았던 활동이었습니다. 디지털 싱글이라 앨범이 없어 굿즈에 관한 아이디어를 제시해보자면, 아티스트 뱃지, 크롭티, 옷 등과 같이 호불호가 많이 갈리는 굿즈들 보다 취향이 극명하게 갈리지않으면서도 팬들이 해외 학교생활이나 해외생활에 환상을 가지고 있는 팬들을 열광하게 만들 외국학교 학생증, 증명사진, 아이디카드, 폴라로이드, 해외파티 티켓 (초대장)등을 굿즈로 넣게 되면 화제성도 불러일킬 수 있고 코어팬덤도 더욱 탄탄하게 구축할 수 있을 것입니다. ‘BIRTHDAY’ 활동 당시 또 주목할만한 활동은 더블랙레이블 공식채널에 업로드 되었던 리얼리티 ‘I AM SOMI’가 매 회차 화제였고 특히 포털사이트의 검색창에 ‘전소미’를 검색하면 연관검색어로 ‘전소미의 가족, 람보르기니, 차, 복근 등이 등장하게 되는 계기가 되었습니다.

이를 통해 알 수 있는 점은 아티스트 전소미의 나이가 어리고 그로 인해 젊은 세대들의 관심과 질투를 받고 있다는 점입니다. 이 점은 독이 될 수도 있지만 광고주나 기업 클라이언트에게 어필이 될 수 있고, 좋은 마케팅 전략으로 활용될 수 있다고 생각합니다. 또, 일상적인 모습과 친근하고 활발한 이미지, 그리고 완벽한 비주얼이 가지고 있는 시너지는 아티스트의 가치를 높이기 때문에 고급화 전략보단 이미 친근한 이미지를 가지고 있는 아티스트 전소미에게는 ‘I AM SOMI’, 그리고 짧은 촬영시간이지만 엄청난 화제성을 불러일킬 수 있는 유튜브의 숏프로그램 (제시의 쇼터뷰, 문명특급, 터키즈, 공부왕 찐천재 흥진경, 이영자의 차린건 없지만 등)을 지속적으로 출연하고 여러 SNS에 30초 미만 분량의 짧은 ‘ميم’스러운 영상을 주기적으로 업로드 하는 것이 더욱 합리적일 것 같다고 생각합니다.

SOMI BIRTHDAY

