

애드테크 START UP

광고 제작 과정에서 활용되는 IT기술 사례

글 조민영 | (주)브이알스튜디오 홍보팀 팀장
cmy@evrstudio.com



[애드테크 START UP] 시작합니다!

디지털 콘텐츠의 최적화, 타겟팅을 향상시키는 AI/데이터 기술이 발전하며 광고계에서 애드테크 산업이 주목받고 있다. 이에 KAA저널에서는 [애드테크 START UP] 카테고리를 신설하고, 업계 주목을 받는 애드테크 기업을 선정, 그들의 히스토리를 소개한다.

광고계에 활용되는 대표적인 IT 기술은 전달의 영역에서 타겟팅, 개인화, 최적화, 효과 트래킹을 향상하는 SI기술이다. 하지만 최근 디지털 콘텐츠 제작에 게임 엔진인 언리얼 등을 사용하는 사례가 늘고 있으며, 디지털 휴먼이 광고 모델로 등장하는 등 제작의 영역에서도 다양한 IT 기술이 활용되고 있다.

광고에 있어 콘텐츠의 전달과 제작은 모두 중요하므로 제작에 활용되는 IT 기술의 중요도는 전달에 활용되는 IT기술만큼 높다. 디지털 광고 콘텐츠를 제작하는 이브이알스튜디오의 홍보 담당자를 통해 IT기술을 활용하는 광고 콘텐츠 제작 과정을 살펴보고자 한다.

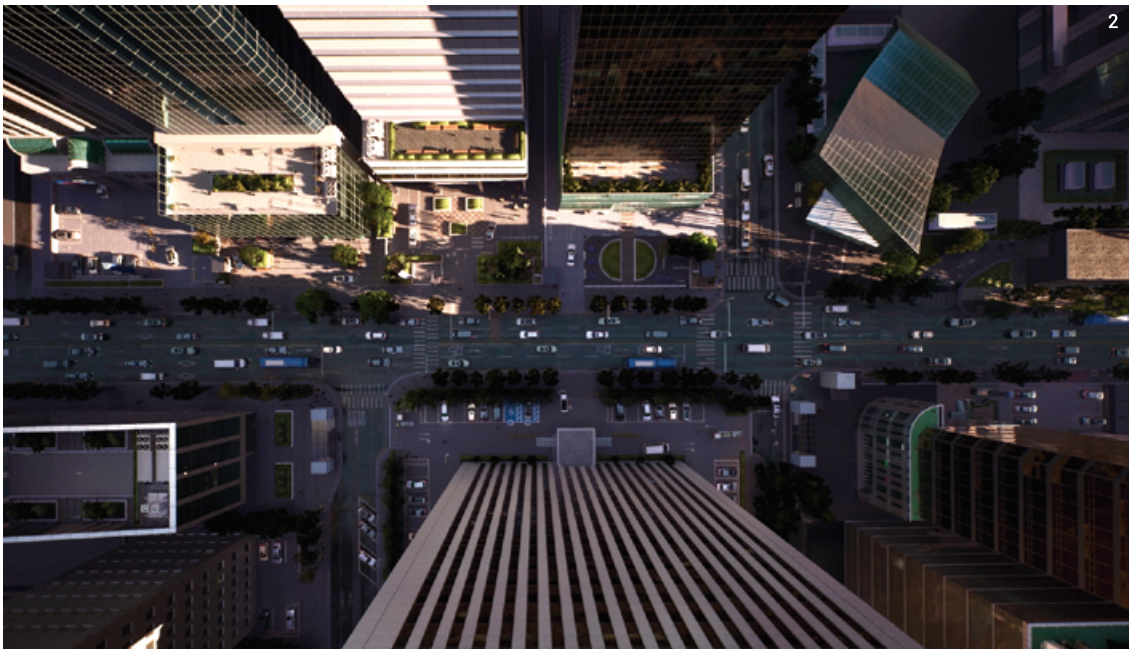
이브이알스튜디오는 2016년 설립된 디지털 콘텐츠 제작 전문 기업이다. 2023년 5월 현재 약 160명의 직원이 근무하고 있다. 커머셜 광고 제작 부분은 최근에 확장한 사업 영역이며 그 외에 CG/VFX, 디지털 휴먼, 메타버스 플랫폼, XR 콘텐츠, 미디어아트, 게임 등 인터랙티브 미디어 디지털 콘텐츠 제작을 주 사업으로 하고 있다.

설립 당시, 이브이알스튜디오는 장르의 구분 없이 가상 디지털 세계에서 사실적인 디지털 객체와의 감성적인 교감을 통해 감동을 얻을 수 있는 콘텐츠 제작을 목표로하였다. 요즘은 메타버스와 디지털 휴먼 등의 단어를 빌어 직관적으로 설명할 수 있는 개념이지만 당시만 해도 ‘감성적 인터랙션’ 설명에도 긴 시간이 필요했다. 설립 목표를 달성하기 위해 현재까지 R&D를 지속해왔고 디지털 세계, 디지털 휴먼 제작과 관련한 독자적인 제작 기술인 시티젠, 페이스젠 기술을 구축하였다.

‘시티젠(CityGen)’은 건물 외형을 슬롯 단위로 세분화하여 디자인하고 자동 절차 과정을 통해 디지털 가상세계를 제작하는 기술이다. 기 제작된 데이터들



1 이브이알스튜디오 각자대표 김재환(좌), 윤용기(우)
2 건물 외형을 디지털 가상세계로 제작하는 ‘시티젠’





- 3 리얼타임으로 자연스러운 표정을 만드는 디지털 휴먼 제작 툴 ‘페이스젠’
- 4 삼성과 하만과 협업해 만든 ‘레디 케어’
- 5, 6 HD현대의 해양 데이터 플랫폼 ‘오션 와이즈’의 ‘언리얼 엔진’



은 디지털 라이브러리에 저장되어 이후 다른 가상세계 제작 작업에 활용할 수 있다.

‘페이스젠(Face Gen)’은 독자 개발한 광학 스캔 장비를 통해 극사실적인 디지털 휴먼의 모델링 데이터를 획득하고, 자동화된 공정으로 감정 표현을 하는데 사용되는 RIG와 몰프 타겟 등의 데이터를 생성하는 기술이다. 제작된 디지털 휴먼은 쉽게 외형적 수정이 가능할 뿐 아니라 실시간 기반 세밀하고 정교한 표현을 구현할 수 있는 것이 특징이다.

‘레디케어’ 솔루션과 ‘오션 와이즈’ 콘텐츠로 CES 2023에서 주목받다

광고 업계에서 이브이알스튜디오가 회자가 된 계기는 CES 2023이다.

지난 1월 미국에서 열린 CES 2023에서 이브이알스튜디오가 제작한 전시 영상 콘텐츠 2종이 높은 완성도로 광고 업계 내에서 화제가 되었다. 광고 컨셉과 디테일이 종종 변경되고 짧은 기간 내에 콘텐츠를 제작해야 하는 전시 광고 플랫폼의 특성상 단 시간 내에 콘텐츠의 완성도를 일정 수준 이상 올리는 일은

쉽지 않기 때문에 ‘저 영상은 어디서 만들었지’라는 궁금함이 생긴 것 같다.

이브이알스튜디오가 제작에 참여한 프로젝트는 삼성이 하만과 협업해 만든 전장 기술인 ‘레디 케어(READY CARE)’ 솔루션의 전시 영상 콘텐츠와 HD현대의 해양 데이터 플랫폼 ‘오션 와이즈(Ocean Wise)’의 전시 영상 콘텐츠 제작 건이었다.

‘레디 케어’ 솔루션은 운전자의 인지 능력을 실시간으로 측정해 안전 운전을 위한 데이터를 제공하고, 더 나아가 자동차가 운전해 개입하는 솔루션이다. 이를 잘 보여주기 위해 실물 차량에 레디 케어 솔루션을 탑재하여 운전 환경을 동일하게 체험할 수 있는 콘텐츠가 기획되었고 이브이알스튜디오는 몰입감과 실재감을 높일 수 있는 사실적인 도심을 만드는 역할을 맡았다.

완성도에 대해서는 고민이 없었으나 부족한 제작 기간은 걱정거리가 되었다. 차량 주행 시 보여지는 원경까지 제작을 해야 하기 때문에 그 공간을 채우기 위해 수많은 건물 어셋이 필요했다. 또한 인터랙션을 위한 다양한 이벤트 구간의 제작도 해야 했고 다수의



보행자들도 배치되어야 했다. 그래서 제작의 목표는 완성도의 줄임 없이 기간 내 제작하는 것이 되었다. 이브이알스튜디오는 시티젠 기술을 활용하여 도심을 빠르게 구성했다. 레디케어의 기능 설명이 필요한 구간, 인터랙션이 진행되는 이벤트 구간 등을 포함하여 도로를 만들고 클라이언트의 빠른 컨펌을 받았다. 잦은 수정이 예상되었던 도로 구성이 확정되면서 이후로 디테일과 완성도를 올리는데 주력할 수 있었다. 이렇게 완성된 영상 콘텐츠의 도심의 크기는 약 24km² 정도였고 사용된 어셋수는 14,233개였다. 시

티젠 기술은 HD현대의 오션와이즈 영상 콘텐츠에 보여지는 메트로폴리스를 구현하는데도 유용하게 활용되었다.

HD현대의 오션와이즈 프로젝트에서는 언리얼 엔진의 활용도를 높였다. 기존 영상 제작 분야의 제작은 Pre-Production - Production - Post-Production의 과정을 거치는데, 수정이 어렵고 렌더링 시간이 길다는 특성을 가지고 있다. 언리얼 엔진은 게임 제작 엔진으로 개발되었으나 최근에 다양한 분야에 적용할 수 있도록 기능들이 개선되어 영화나 영상 제작에

활용하여 제작 공정을 자동화하여 합성 시간을 단축하는 것으로 파이프라인을 수정하여 해결하였다. 지난 5월에는 세계적인 패션 그룹인 LVMH의 사내 행사에 초대되었다. 베르나르 아르노 LVMH그룹 회장과 함께 델핀 아르노 디올 회장, 티파니 알렉산드로 아르노 부사장 등 아르노 일가와 조현욱 LVMH 코리아 회장 등 LVMH그룹 글로벌 임원들이 참석한 자리에서 이브이알스튜디오는 3D 입체 미디어아트 영상 콘텐츠를 선 보였다. 몽환적으로 시각화한 자연, 한옥 등을 배경으로 LVMH의 다양한 브랜드의 제품들이 오브제로 등장해 심미성과 몰입도 높은 3D 입체 영상으로 펼쳐졌다.

해당 영상에는 이브이알스튜디오가 페이스젠 기술로 제작한 디지털 휴먼 '시라'가 등장하였다. 실제 사람과 같은 극사실적인 디지털 휴먼의 등장은 참석자들의 주목을 모았다. 특히, 아르노 회장은 디지털 휴먼 '시라'에 큰 관심을 보이며 패션 관련 디지털 콘텐츠에 블랙핑크도 디지털 휴먼으로 나오면 좋겠다는 말을 남기기도 했다. 패션업계에서의 디지털 휴먼의 우수한 활용도를 확인할 수 있는 순간이었다.

IT기술과 함께 발전하는 콘텐츠 산업

IT기술이 미래의 광고 제작 방식의 유일한 대안이라는 이야기를 하려는 것은 아니다. 제작 컨디션에 따라 유연하게 기존의 방식을 취하는 것이 좋고 새로운 기술을 도입하는 것이 좋을 수도 있다. 두 가지를 융합하여 활용할 수도 있다. 창의적인 콘텐츠 제작은 사람이 하는 일이기 때문이다. 앞서 기술한 콘텐츠들은 이브이알스튜디오의 견조하게 지속된 R&D와 경험 많은 전문가들이 들인 노력의 집약체라 정리될 수 있겠다.

실제로 이브이알스튜디오는 신규로 개발한 IT기술과 기존 방식을 다양하게 융합하여 제작을 하고 있으며 관련한 R&D도 지속하고 있다. 이는 다른 영상 콘텐츠 제작 업계의 숙명이기도 하다. ㉞



9 이브이알스튜디오가 페이스젠 기술로 제작한 디지털 휴먼 '시라'
10 미디어아트를 관람하는 베르나르 아르노 LVMH그룹 회장과 임원들