

1. LATAR BELAKANG

Setiap keputusan yang dilakukan manusia tidak mungkin lepas dari akibat ekonomi, baik kegiatan yang dilakukan dalam skala individu maupun dalam skala yang lebih masif seperti perusahaan dan negara. Akibat ekonomi yang dimaksud salah satunya berkaitan dengan aliran perputaran dana yang terjadi antar pihak yang terkait. Karenanya diperlukan perencanaan keuangan atau yang lebih umum disebut sebagai *budget management*.

Budget management tidak hanya berbicara mengenai fungsi perancangan, tetapi fungsi aplikatif dan pengawasan, karenanya diperlukan kemampuan pengambilan keputusan yang tepat sehingga tercipta strategi yang tepat dalam pengelolaan *budget management*. (Kemp, 2002, hlm.1) menyebutkan bahwa jika fungsi-fungsi tersebut dijalankan dengan baik, maka *budget* mampu tereduksi sekitar sepuluh kali lipat dari total dana yang seharusnya dikeluarkan.

Menurut Rae et al. (2015), salah satu peran penting produser dalam sebuah produksi adalah *budget management*, secara khusus dalam sebuah produksi independen (hlm.8). *Budget management* memiliki definisi tidak hanya sebagai pengelolaan dana yang tersedia, tetapi juga kemampuan untuk membuat strategi sehingga keputusan yang akan berdampak pada produksi menjadi maksimal dan dampak pada keuangan menjadi minimal.

1.1. RUMUSAN MASALAH

Bagaimana penerapan *budget management* oleh produser pada produksi video iklan digital MELTS? Penelitian ini akan dibatasi pada pengelolaan manajemen *budget* yang dialokasikan untuk lokasi, transportasi, kru dan *equipment*.

1.2. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana penerapan *budget management* oleh produser dilakukan pada produksi video iklan digital MELTS.