

**PERANCANGAN *WEBSITE* TENTANG
*PARADOX OF CHOICE***



LAPORAN TUGAS AKHIR

Rekabae Tandaheran

00000060052

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS SENI DAN DESAIN
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025**

PERANCANGAN *WEBSITE* TENTANG

PARADOX OF CHOICE



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual

Rekabae Tandaheran

00000060052

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Rekabae Tandaheran

Nomor Induk Mahasiswa : 00000060052

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tesis/ Skripsi/ Tugas Akhir/ Laporan
Magang/ MBKM saya yang berjudul:

PERANCANGAN *WEBSITE* TENTANG *PARADOX OF CHOICE*

merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan hasil plagiat, dan tidak pula dituliskan oleh orang lain. Semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya cantumkan dan nyatakan dengan benar pada bagian daftar pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan penyimpangan dan penyalahgunaan dalam proses penulisan dan penelitian ini, saya bersedia menerima konsekuensi untuk dinyatakan **TIDAK LULUS**. Saya juga bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang berkaitan dengan tindak plagiarisme ini sebagai kesalahan saya pribadi dan bukan tanggung jawab Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 3 Juni 2025



(Rekabae Tandaheran)

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul
**PERANCANGAN *WEBSITE* TENTANG
*PARADOX OF CHOICE***

Oleh
Nama Lengkap : Rekabae Tandaheran
Nomor Induk Mahasiswa : 00000060052
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

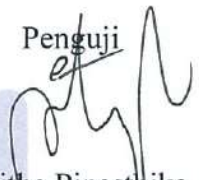
Telah diujikan pada hari Senin, 16 Juni 2025
Pukul 15.15 s.d. 16.00 WIB dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang


Rani Aryani Widjono, S.Sn., M.Ds.
0310019201/ 023987

Penguji


Lalitya Talitha Pinasthika, M.Ds.
0308078801/ 034812

Pembimbing


Hadi Purnama, S.Ds., M.M.
0313109602/ 083378

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual


Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A.
0311099302/ 043487

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

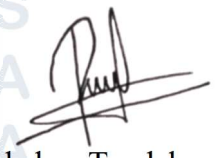
Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Rekabae Tandaheran
Nomor Induk Mahasiswa : 00000060052
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : D3/ S1/ S2
Judul Karya Ilmiah : PERANCANGAN *WEBSITE* TENTANG
PARADOX OF CHOICE

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia*:

- ☒ Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/ Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- ☐ Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/ konferensi nasional/ internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*) **.
- ☐ Lainnya, pilih salah satu:
 - ☐ Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
 - ☐ Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 9 Juni 2025


(Rekabae Tandaheran)

* Pilih salah satu

** Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/ HKI, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk diunggah ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat dan rahmatnya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Perancangan *Website* Tentang *Paradox of Choice*.” Alasan penulis mengangkat topik ini sebagai judul tugas akhir didasari oleh ketertarikan karena topik ini cukup jarang dibahas di kalangan masyarakat Indonesia. Adapun, tujuan dari dilakukannya perancangan tugas akhir ini adalah untuk menambah pengetahuan masyarakat Indonesia tentang topik *paradox of choice* melalui media informasi *website* yang dirancang.

Mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Andrey Andoko, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Muhammad Cahya Mulya Daulay, S.Sn., M.Ds., selaku Dekan Fakultas Seni dan Desain, Universitas Multimedia Nusantara.
3. Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A., selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Multimedia Nusantara.
4. Hadi Purnama, S.Ds., M.M., selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Fiona Valentina Damanik, M.Psi., Psikolog., selaku Psikolog Student Support Universitas Multimedia Nusantara yang telah bersedia menjadi narasumber, dan memberikan pendapat dan pengetahuan yang berguna untuk penelitian.
6. Rani Aryani Widjono, S.Sn., M.Ds., selaku Ketua Sidang Akhir
7. Lalitya Talitha Pinasthika, M.Ds., selaku Penguji Sidang Akhir
8. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Penulis berharap karya ilmiah ini dapat berguna sebagai referensi bagi siapapun yang tertarik melakukan penelitian dan perancangan tentang *paradox of choice*.

Tangerang, 9 Juni 2025

(Rekabae Tandaهران)

PERANCANGAN *WEBSITE* TENTANG

PARADOX OF CHOICE

(Rekabae Tandaheran)

ABSTRAK

Paradox of choice adalah sebuah gangguan dalam mengambil keputusan yang disebabkan oleh banyaknya pilihan yang diperhadapkan. Istilah ini masih kurang dikenal dan dipahami di Indonesia, dimana hal ini kemungkinan disebabkan karena kurangnya orang-orang ahli yang membahas topik ini. Hal ini tentu saja memberi dampak buruk pada masyarakat, dan jika tidak diselesaikan, dapat menyebabkan kelelahan mental pada masyarakat, yang berujung pada stres dan kecemasan. Berdasarkan masalah tersebut, dirancanglah sebuah media informasi berupa website dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan informasi tentang *paradox of choice* bagi masyarakat. Metode perancangan yang digunakan adalah metode *human-centered design*, dengan tujuan untuk merancang sebuah solusi yang didasari oleh masalah yang dialami target perancangan, dan memastikan solusi yang dibuat menyelesaikan masalah yang tepat. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan kuesioner. Perancangan dilakukan berdasarkan tiga tahap pada *human-centered design*, yaitu *inspiration*, *ideation*, dan *implementation*. Proses dimulai dari pengumpulan data dengan metode *mix method*, dimana dari pengumpulan data ini, penulis mendapatkan informasi dan insight tentang *paradox of choice*, dan pemahaman masyarakat tentang topik ini. Untuk hasil dari pengumpulan data sendiri, diketahui bahwa masyarakat Indonesia sering diperhadapkan dengan banyak pilihan, meskipun begitu mereka masih kurang mengetahui dan memahami apa itu *paradox of choice*. Lalu, penulis melakukan *brainstorming* dan *concepting*, dan yang terakhir adalah pembuatan media utama dan sekunder. Dilakukan juga *alpha* dan *beta test* untuk mengukur kualitas *website* yang dibuat. Berdasarkan hasil dari user testing, *website* ini cukup memenuhi kebutuhan informasi tentang *paradox of choice* bagi pengguna, namun baru hanya sekedar memenuhi kebutuhan informasi saja. Penelitian untuk topik ini harus dilakukan secara mendalam, dan setiap proses perancangan dilakukan dengan hati hati.

Kata kunci: *paradox of choice*, keputusan, *website*

WEBSITE DESIGN ABOUT

PARADOX OF CHOICE

(Rekabae Tandaheran)

ABSTRACT (English)

The paradox of choice is an interruption in decision-making caused by the many choices we are faced with. The term is still poorly known and understood in Indonesia, which is likely due to the lack of experts on the topic. This definitely has a negative impact on society, and if not resolved, it can cause mental fatigue in people, leading to stress and anxiety. Based on this problem, an information media in the form of a website was designed with the aim of fulfilling the need for information about the paradox of choice for the community. The design method used is the human-centered design method, with the aim of designing a solution based on the problems experienced by the design target and ensuring that the solution created solves the right problem. The data collection techniques used are interviews and questionnaires. The process begins with data collection using a mixed method, where from this data collection, the author gets information and insight about the paradox of choice, and people's understanding of this topic. For the results of the data collection itself, it is known that the people of Indonesia are often faced with many choices, even so they still lack knowledge and understanding of what the paradox of choice is. Then, the author does brainstorming and concepting, and the last is the creation of primary and secondary media. Alpha and beta tests were also conducted to measure the quality of the website. Based on the results of user testing, this website fulfills the information needs about the paradox of choice for users, but only just fulfills the information needs. Research on this topic must be done in depth, and every design process is done carefully.

Keywords: *paradox of choice, decision, website*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT (English)</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Batasan Masalah	2
1.4 Tujuan Tugas Akhir	3
1.5 Manfaat Tugas Akhir	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	4
2.1 <i>Website</i>	4
2.1.1 Anatomi <i>Website</i>	4
2.2 <i>User Interface</i>	7
2.2.1 <i>Graphical User Interface</i>	8
2.3 <i>User Experience</i>	18
2.3.1 <i>Information Architecture</i>	18
2.3.2 Navigasi.....	19
2.4 <i>Paradox of Choice</i>	19
2.4.1 Solusi Mengatasi <i>Paradox of Choice</i>	21
2.4.2 <i>Types of Decision Maker</i>	21
2.4.3 <i>Decision Fatigue</i>	23
2.5 Penelitian yang Relevan.....	23
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN.....	25

3.1 Subjek Perancangan	25
3.2 Metode dan Prosedur Perancangan	26
3.2.1 <i>Inspiration</i>	28
3.2.2 <i>Ideation</i>	28
3.2.3 <i>Implementation</i>	29
3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan	29
3.3.1 Kuesioner	29
3.3.2 Wawancara	32
3.3.3 Studi Referensi	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN	35
4.1 Hasil Perancangan	35
4.1.1 <i>Inspiration</i>	35
4.1.2 <i>Ideation</i>	45
4.1.3 <i>Implementation</i>	50
4.1.4 Hasil <i>Alpha Test</i>	62
4.1.5 Revisi <i>Alpha Test</i>	63
4.1.6 Kesimpulan Perancangan	64
4.2 Pembahasan Perancangan	64
4.2.1 Analisis <i>Beta Test</i>	64
4.2.2 Analisis Desain Tombol <i>Website</i>	66
4.2.3 Analisis Desain <i>Grid Website</i>	67
4.2.4 Analisis Desain Warna <i>Website</i>	68
4.2.5 Analisis Desain Tipografi <i>Website</i>	69
4.2.6 Analisis Desain Instagram Ads	70
4.2.7 Analisis Desain Google Ads	71
4.2.4 Anggaran	72
BAB V PENUTUP	74
5.1 Simpulan	74
5.2 Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	xiv
LAMPIRAN	xvii

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan.....	24
Tabel 3.1 Pertanyaan Bagian Pertama Kuesioner	30
Tabel 3.2 Pertanyaan Bagian Kedua Kuesioner.....	30
Tabel 3.3 Pertanyaan Bagian Ketiga Kuesioner	31
Tabel 3.4 Pertanyaan Bagian Keempat Kuesioner.....	32
Tabel 3.5 Daftar Pertanyaan Wawancara.....	33
Tabel 4.1 Hasil Bagian Pertama Kuesioner	36
Tabel 4.2 Hasil Bagian Kedua Kuesioner 1	36
Tabel 4.3 Hasil Bagian Kedua Kuesioner 2	37
Tabel 4.4 Hasil Bagian Kedua Kuesioner 3	37
Tabel 4.5 Hasil Bagian Kedua Kuesioner 4	38
Tabel 4.6 Hasil Bagian Kedua Kuesioner 5	38
Tabel 4.7 Hasil Bagian Kedua Kuesioner 6	39
Tabel 4.8 Hasil Bagian Kedua Kuesioner 7	39
Tabel 4.9 Hasil Bagian Ketiga Kuesioner 1	40
Tabel 4.10 Hasil Bagian Ketiga Kuesioner 2	40
Tabel 4.11 Hasil Bagian Ketiga Kuesioner 3	41
Tabel 4.12 Hasil Alpha Test.....	62
Tabel 4.13 Rincian Anggaran Operasional	72



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Contoh Website Sebagai Media Informasi.....	4
Gambar 2.2 Logo pada Website.....	5
Gambar 2.3 Konten pada Website	6
Gambar 2.4 Footer pada Website.....	6
Gambar 2.5 Penerapan Whitespace pada Website.....	7
Gambar 2.6 Tiga Kategori Button.....	8
Gambar 2.7 Ukuran Teks dan Padding pada Button.....	9
Gambar 2.8 Ikon.....	10
Gambar 2.9 Contoh Ikon dengan Grid Piksel	10
Gambar 2.10 Column Grid.....	11
Gambar 2.11 Hierarchical Grid.....	12
Gambar 2.12 Modular Grid.....	12
Gambar 2.13 Warna Analog	14
Gambar 2.14 Warna Triadik	15
Gambar 2.15 Contoh Penerapan Teori 60-30-10	16
Gambar 2.16 Contoh Font dengan Typeface Serif.....	17
Gambar 2.17 Contoh Font dengan Typeface Sans Serif.....	17
Gambar 2.18 Contoh Information Architecture	18
Gambar 2.19 Gourmet Jam Experiment.....	19
Gambar 2.20 Karakteristik Maximizer	22
Gambar 2. 21 Karakteristik Satisficer.....	23
Gambar 3.1 Tahapan Human-Centered Design	27
Gambar 4.1 Wawancara dengan Psikolog	42
Gambar 4.2 Website The Decision Lab	43
Gambar 4.3 Website Gojek.....	44
Gambar 4.4 User Persona.....	45
Gambar 4.5 Mindmap	46
Gambar 4.6 Stylescape.....	47
Gambar 4.7 Information Architecture.....	49
Gambar 4.8 Sketsa Website	50
Gambar 4.9 Low-Fidelity.....	51
Gambar 4.10 Low-Fidelity Home Page Dengan Grid dan Tanpa Grid	51
Gambar 4.11 Low-Fidelity Konten Page 1 Dengan Grid dan Tanpa Grid	52
Gambar 4.12 Low-Fidelity Konten Page 2 Dengan Grid dan Tanpa Grid	53
Gambar 4.13 Low-Fidelity Konten Page 3 Dengan Grid dan Tanpa Grid	53
Gambar 4.14 Low-Fidelity Maximizer Page Dengan Grid dan Tanpa Grid.....	54
Gambar 4.15 Low-Fidelity Perfectionist Page Dengan Grid dan Tanpa Grid.....	55
Gambar 4.16 Low-Fidelity Satisficer Page Dengan Grid dan Tanpa Grid.....	55
Gambar 4.17 Sketsa Instagram Ads	56
Gambar 4.18 Sketsa Google Ads	56

Gambar 4.19 High-Fidelity Website	57
Gambar 4.20 Pengaturan Grid pada Figma.....	58
Gambar 4.21 Header dan Footer Dengan Fitur Component Figma	58
Gambar 4.22 Pembuatan Button berupa Ikon	59
Gambar 4.23 High-Fidelity Home Page	59
Gambar 4.24 High-Fidelity Konten Page	60
Gambar 4.25 High-Fidelity Type of Decision Maker.....	61
Gambar 4.26 Proses Pembuatan Gambar Dengan Photoshop	61
Gambar 4.27 Penambahan Sidebar pada Website.....	63
Gambar 4.28 Test Kepribadian Tiga Tipe Decision Maker	63
Gambar 4.29 Test Play Pertama.....	64
Gambar 4.30 Test Play Kedua	65
Gambar 4. 31 Test Play Ketiga	66
Gambar 4.32 Tombol pada Website.....	66
Gambar 4.33 Home Page dan Dua Versi Konten Page.....	67
Gambar 4.34 Quiz Page	68
Gambar 4.35 Penggunaan Font pada Website	69
Gambar 4.36 Proses Pembuatan Instagram Ads	70
Gambar 4.37 Instagram Ads	71
Gambar 4.38 Google Ads Half Page.....	71
Gambar 4.39 Google Ads Large Mobile Banner	72



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Hasil Persentase Turnitin.....	xvii
Lampiran Form Bimbingan.....	xxi
Lampiran <i>Non-Disclosure Agreement</i>	xxv
Lampiran <i>Consent Form</i>	xxviii
Lampiran Hasil Kuesioner	xxix
Lampiran Transkrip Wawancara	xxxiii
Lampiran Dokumentasi.....	xl

