

## PERANCANGAN BUKU ILUSTRASI INTERAKTIF MENGENAI “BEAUTY IN DIVERSITY” UNTUK MENINGKATKAN *SELF-LOVE* BAGI REMAJA PEREMPUAN

Wulan Puspita Sari Fitriyani<sup>1</sup>, Riky Azharyandi iswanto<sup>2</sup> dan Bambang Melga  
Suprayogi<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> *Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom, Jl. Telekomunikasi No 1, Terusan  
Buah Batu – Bojongsoang, Sukapura, Kec. Dayeuhkolot, Kabupaten Bandung, Jawa Barat, 40257*

[wulanfitriyani@student.telkomuniversity.ac.id](mailto:wulanfitriyani@student.telkomuniversity.ac.id) [rikysiswanto@telkomuniversity.ac.id](mailto:rikysiswanto@telkomuniversity.ac.id)

[bambangmelgab@telkomuniversity.ac.id](mailto:bambangmelgab@telkomuniversity.ac.id)

**Abstrak:** Perancangan ini dilatarbelakangi dengan merebaknya standar kecantikan di kalangan perempuan Indonesia. Gambaran kecantikan yang dianggap ideal yang mengharuskan perempuan memenuhi kategori tertentu untuk dianggap cantik, Indonesia dengan keberagaman suku dan ras, juga perempuan dengan ciri fisik yang beragam tidak terbebas dari generalisasi standar kecantikan. Hal ini perlahan menyebar dan mengakar di masyarakat tidak terlepas dari paparan media. Media cetak maupun digital banyak menampilkan kecantikan dengan ciri fisik tertentu dan mengecualikan perempuan dengan ciri fisik yang tidak sesuai kategori mereka. Perancangan ini dilaksanakan melalui metode kualitatif dan kuantitatif melalui observasi, wawancara, studi pustaka, dan kuesioner serta analisis data menggunakan analisis matriks perbandingan. Perancangan menggunakan media edukasi buku ilustrasi interaktif yang diharapkan dapat mudah menarik perhatian remaja, sehingga pesan edukasi mengenai keberagaman kecantikan yang ingin disampaikan dapat diterima, diserap, dan dipahami dengan mudah.

**Kata Kunci:** *Beauty In Diversity, Self-Love, Remaja, Buku Ilustrasi Interaktif.*

**Abstract:** *This research is motivated by the spread of beauty standards among Indonesian women. An image of an ideal beauty requires women to fulfill certain categories to be considered pretty, Indonesia with its diversity of ethnicities and races, as well as women with diverse physical characteristics are not free from generalizations of beauty standards. This slowly spreads and takes root in society, inseparable from media exposure. The media displays beauty with certain physical characteristics and excludes women with physical characteristics that do not fit their category. This research was conducted using qualitative and quantitative methods through observation, interviews, literature study, and questionnaires as well as data analysis using comparative matrix analysis. The design uses educational interactive illustrated book media which is expected to easily attract the*

*adolescents, so that educational messages about the diversity of beauty to be conveyed can be easily accepted, absorbed, and understood.*

**Keywords:** *Beauty In Diversity, Self-Love, Adolsecent, Interactive Illustration Book.*

## PENDAHULUAN

Kecantikan merupakan suatu hal yang tidak bisa dipisahkan dari perempuan. Menurut Melliana (2006), cantik merupakan hal yang relatif bagi setiap orang. Di Indonesia sendiri definisi cantik dibangun dengan kriteria berhidung mancung, berdagu tajam, dan kulit putih layaknya perempuan-perempuan Barat. Fakta ini juga didukung dengan gambaran kecantikan ideal yang divisualisasikan pada media seperti iklan, majalah, film, bahkan buku cerita anak-anak. Iklan-iklan di televisi menampilkan perempuan berkulit putih, berambut lurus, dan bertubuh ramping. Perempuan cantik banyak digambarkan berkulit putih, berambut pirang pada buku cerita anak-anak. Konstruksi kecantikan ini menanamkan keyakinan pada diri perempuan bahwa cantik itu seperti apa yang mereka lihat di media. Dikutip dari jurnal "*The Myth of White Skin: A Postcolonial Review of Cosmetics Ads in Indonesia*" (2017) selain dari kulit putih orang Eropa, definisi putih yang dijual oleh media juga merupakan kulit putih khas Asia Timur, dimana preferensi ini muncul atas popularitas budaya dari negara Asia Timur tersebut.

Seperti K-Pop dari Korea Selatan, Harajuku dari Jepang, dan film-film Hong Kong yang menampilkan kecantikan perempuan-perempuan Tiongkok. Hal ini dapat terlihat pada produk Citra *Body Lotion* yang berangkat dari iklan produk mereka di tahun 1996-1997 yang menawarkan kulit kuning langsung khas wanita Jawa kepada Citra di tahun 2013 yang menawarkan kulit putih khas Asia Timur untuk mempromosikan produknya. Tidak hanya itu produk-produk kecantikan lain juga selalu mengonstruksi standar kecantikan menjadi kategori tertentu. Iklan Dove *Body Wash* (2017) menampilkan model yang berubah menjadi lebih putih sesudah menggunakan produk tersebut (Aden, Z: 2002).

Fenomena yang terjadi adalah citra diri yang salah akibat generalisasi standar kecantikan perempuan di Indonesia, adanya standar kecantikan ini menjadi racun karena banyak sekali perempuan cenderung mencari kekurangan fisik dalam diri mereka dan orang lain, kekecewaan terhadap diri sendiri karena tidak sesuai dengan standar kecantikan yang sudah dibentuk oleh masyarakat. *Bullying* juga marak terjadi pada perempuan yang dianggap tidak memenuhi standar. Dalam hal ini media memiliki peran yang cukup besar dalam menyebarkan ideologi kecantikan yang ideal. Penelitian ini akan berfokus pada perancangan media edukasi untuk remaja perempuan, karena hal ini perlu diajarkan lebih awal agar lebih mengenal ragam kecantikan perempuan-perempuan di Indonesia dan tidak terbelenggu oleh standar kecantikan.

## **METODE PENELITIAN**

Untuk perancangan ini, observasi akan dilakukan secara daring di media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Twitter dengan mengamati fenomena yang terjadi seputar standar kecantikan.

## **DASAR PEMIKIRAN**

### **Perancangan**

Perancangan adalah suatu proses, cara, atau pembuatan merancang. Menurut Sutopo (2006), perancangan adalah suatu kegiatan untuk merancang isi, *format, layout, style*, dan urutan dari beberapa buku. Dalam buku itu sendiri terdapat komponen berupa catatan edisi, pengantar, indeks, dan juga *cover*. Terdapat elemen yang digunakan dalam desain sebuah buku, yakni ilustrasi, daftar, *header, footer*, tabel, dan lainnya.

## **Ilustrasi**

Ilustrasi adalah penggambaran dari suatu perihal menggunakan elemen rupa untuk menerangkan dan memperindah suatu tulisan sehingga pembaca seolah-olah terjun langsung dan merasakan kesan dari cerita yang disajikan. (Rohidi, 1984:87) Soedarso (1990:1) mendefinisikan ilustrasi sebagai sebuah seni gambar yang diabdikan demi kepentingan yang mengiringi suatu penjelasan, misalnya cerpen di majalah. Dalam bahasa Belanda ilustrasi atau *illustratie* didefinisikan sebagai gambar sesuatu yang jelas. Sebagian besar ilustrasi yang disajikan dalam buku, berbentuk gambar kartun (Nurhadiat, Dedi, 2004:54). Syarafa, CYA & Melga, B (2021) berpendapat bahwa gaya ilustrasi diciptakan tergantung siapa ilustrator dan disesuaikan dengan target sasarannya.

## **Buku**

Buku merupakan sekumpulan kertas yang disusun menjadi satu, yakni setiap halamannya terdapat informasi yang sudah tercetak dan disusun secara sistematis, di bagian luarnya dijilid dan diberi pelindung yang terbuat dari kertas tebal, karton, maupun bahan lainnya (Sitepu, 2012:8)

Menurut Adi Kusrianto (2006:1), sebagai sebuah karya, buku haruslah memiliki daya tarik tersendiri secara fisik. Buku harus bisa menarik perhatian orang untuk membeli dan membacanya dengan format yang menarik. Sutopo (2006:12-13) menyatakan komponen utama dari suatu buku yaitu format, gaya, isi, serta urutan komponen tersebut.

## **Buku Ilustrasi**

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) buku ilustrasi dapat juga diartikan sebagai sebuah buku yang di jilid dan berisikan foto/gambar, yang berfungsi sebagai hiasan maupun sebagai memperjelas isi buku/karangan, dan sebagai desain.

Ilustrasi yang berdampingan dengan teks bertujuan sebagai penghias/peran pendukung saja (Nuramini dkk., 2020).

### **Tujuan Penggunaan Ilustrasi**

Menurut Putra, Antonius, N. & Lakoro, Rahmatsyam (2012), ilustrasi berfungsi untuk memperjelas atau menghiasi suatu cerita, puisi, maupun informasi lainnya yang berbentuk tulisan. Ilustrasi hadir untuk memberikan variasi terhadap suatu materi juga menambahkan motivasi, dengan begitu materi tersebut akan lebih menarik dan mempermudah pembaca dalam memahami isinya (Pradana & Siswanto, 2018) Sehingga menurut Supriadi, O. A (2016: 868) ilustrasi memiliki fungsi sebagai penerang sebuah konsep dan mengomunikasikan cerita/ maksud tujuan (pesan) dalam bentuk visual.

### **KONSEP & HASIL PERANCANGAN**

#### **Konsep Pesan**

Perancangan ini bertujuan untuk merangkul perempuan untuk sama-sama mematahkan stigma standar kecantikan yang menyakiti banyak perempuan, menggali *value* dari dalam diri, mencintai diri sendiri, serta tidak terpengaruh perkataan buruk orang lain.

Judul yang dirangkai pada perancangan ini ialah "Bhinneka Beauty", Bhinneka Beauty mengacu pada keberagaman perempuan-perempuan di Indonesia yang berasal dari berbagai macam etnis dan suku, yang tentunya masing-masing dari para perempuan memiliki kecantikan yang beragam pula, judul dari buku ini berarti sebuah buku untuk memotivasi para perempuan Indonesia agar mencintai diri sendiri dan menemukan kecantikan dari dalam dirinya. Sub judul dari perancangan ini adalah "*A Journey to Love and Embrace Yourself*" mengacu pada fungsi buku yang akan menemani perjalanan pembaca dalam memahami dan mencintai diri sendiri.

Merujuk pada penjabaran di atas, fokus utama dari perancangan ini adalah meningkatkan *awareness* pada remaja perempuan bahwa menjadi berbeda itu

bukanlah hal yang buruk, cantik atau tidaknya seorang perempuan tidak dapat ditentukan melalui standarisasi tertentu. Pesan juga hendak disampaikan dengan cara yang menyenangkan tapi juga informatif. Maka kata kunci yang hendak dijadikan acuan dalam membantu proses perancangan adalah sebagai berikut:

1. Menarik
2. Sederhana
3. Edukatif

### **Konsep Kreatif**

Media yang dipilih untuk perancangan ini adalah buku ilustrasi interaktif yang akan mengajak pembacanya memahami diri sendiri dengan menggali potensi, mengekspresikan emosi, serta mengajak untuk mulai menerima kelebihan dan kekurangan dalam diri. Media interaktif juga dipilih agar pembaca tidak hanya menerima informasi tapi juga dapat mengekspresikan emosi, sebab menulis juga lebih efektif untuk pembaca mengeluarkan isi pikiran. Gaya ilustrasi dan penyampaian ilustrasi disesuaikan dengan khalayak sasaran, yaitu remaja perempuan berusia 15-17 tahun. Buku ini dirancang memakai ilustrasi sebagai unsur pendukung dan hiasan dalam penyampaian informasi. Selain itu buku ini juga memuat tempat untuk pembaca menumpahkan hal-hal yang memengaruhi ketidakepercayaan diri mereka, kritikan orang lain atau diri mereka sendiri, dan hal-hal yang mengganggu kepercayaan diri mereka.

Perancangan ini juga menggunakan metode AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share) untuk menciptakan *product awareness*.

### **Konsep Media**

#### **Media Utama**

Media utama yang dipilih dalam perancangan ini merupakan buku ilustrasi mengenai *beauty in diversity* yang dalam penyampaian pesan menggunakan penggabungan teks dan ilustrasi juga interaktif yang dapat membantu audiens

dalam menerima pesan, juga memberikan *layout* variatif sehingga tidak terasa monoton agar audiens tidak cepat bosan.

Media cetak berupa buku ilustrasi ini akan dirancang sebagai berikut:

Ukuran : 22 cm x 15 cm

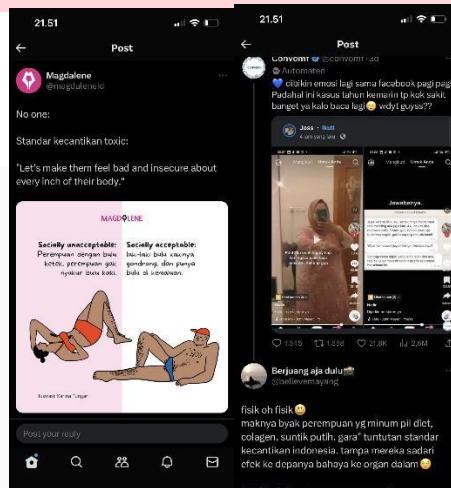
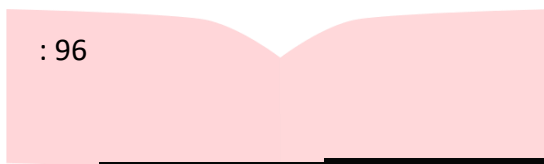
Kertas isi : HVS 100gr

Cover : *Hard Cover*

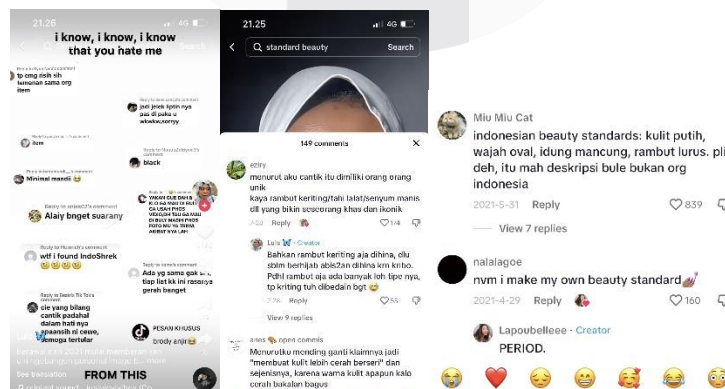
Jilid : *Sewn binding*

Halaman : 96

### Data Observasi



Gambar 2 Hasil Observasi di Meda Sosial (Sumber: X)



Gambar 1 Hasil Observasi di Media Sosial Tiktok (Sumber: Tiktok)

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan secara *online* banyak perempuan yang sudah mulai *aware* dan menghargai perbedaan kecantikan, namun banyak juga yang masih terpaku pada standar kecantikan di Indonesia.

Di media sosial pun masih marak perundungan yang mengarah pada fisik yang dirasa tidak sesuai dengan standar kecantikan, banyak remaja juga mengungkapkan ketidakpuasan mereka akan fisik mereka, sebagian merasa kecewa pada diri sendiri karena merasa tidak secantik para selebriti, ada banyak juga kasus yang melibatkan perempuan untuk mencoba mendegradasi kepercayaan diri perempuan lain karena *insecurity* diri mereka sendiri. Namun tak jarang perempuan yang sudah *aware* menyuarakan pendapat mereka soal konsep kecantikan yang beragam dan luas, dan berharap lebih banyak media yang dapat merepresentasikan hal tersebut.

### **Data Kuesioner**

Responden yang merupakan siswi SMA mayoritas berasal dari Bogor dan berusia 16-17 tahun. Kebanyakan dari mereka mengetahui apa itu standar kecantikan dan sebagian besar menjawab bahwa cantik yang mereka tahu adalah berkulit putih, bertubuh kurus dan tinggi, berhidung mancung, dan bermata bulat. Mayoritas responden mengaku sering merasa tidak percaya diri di media sosial dan sebagian besar setuju bahwa media sudah membentuk standar kecantikan menjadi satu kategori tertentu. Mayoritas responden setuju untuk media agar lebih merepresentasikan kecantikan yang beragam agar lebih banyak perempuan merasa terwakili.

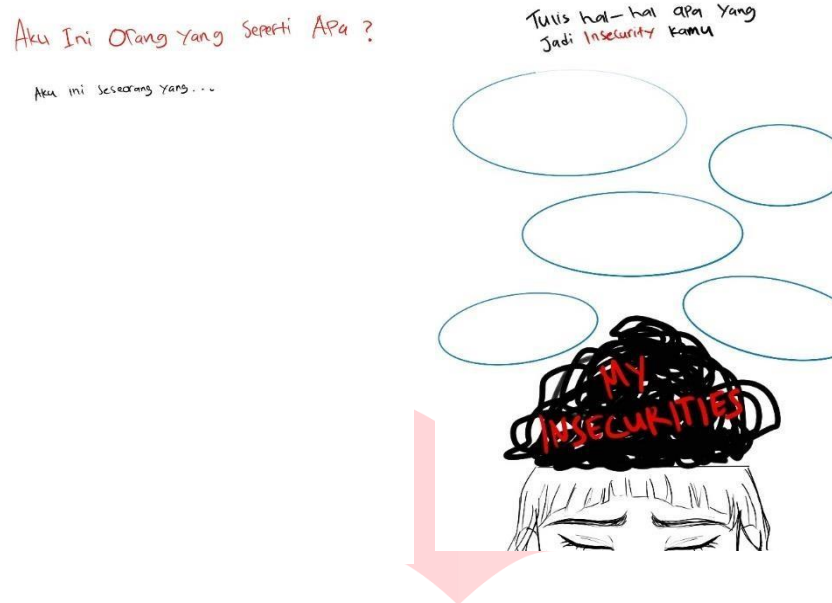
### **Konsep Visual**

Buku ilustrasi interaktif ini dirancang menggunakan konsep visual sebagai berikut:

### **Naskah**







Gambar 5 Sketsa Halaman Interaktif  
(Sumber: Pribadi)

### Ilustrasi

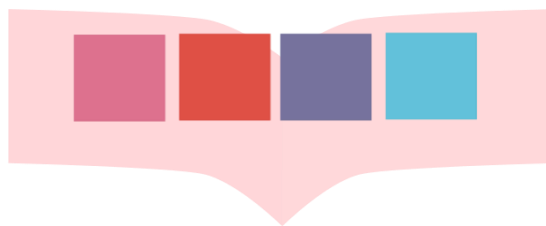
Ilustrasi yang digunakan dalam perancangan ini merupakan menyerupai ilustrasi yang banyak dipilih pada kuesioner. Adapun ilustrasinya banyak menggambarkan tokoh perempuan dengan pendekatan kartun.



Gambar 6 Gaya Ilustrasi  
(Sumber: Pinterest)

### Warna

Warna yang dipilih merupakan kumpulan warna terang yang didominasi oleh warna merah muda, merah, ungu dan biru. Warna-warna ini di pilih karena menyesuaikan psikologi warna. Seperti merah untuk menggambarkan semangat dan energi, merah muda yang jadi dominan untuk kesan feminin dan penuh cinta, ungu yang menggambarkan kedamaian, dan biru untuk ketenangan dan juga produktif.



Gambar 7 Color Palette  
(Sumber: Dokumen Pribadi)

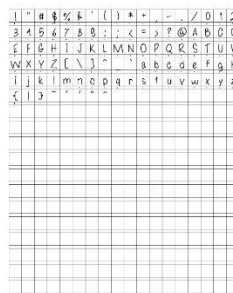
### **Layout/Tata Letak**

Tata letak meliputi ilustrasi dan teks. Menggunakan jenis *layout* yang beragam seperti *multipanel layout* dan *picture window layout*.

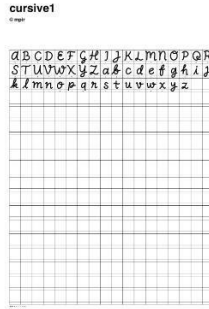
### **Tipografi**

Pada perancangan ini *typeface* yang digunakan merupakan sans serif untuk memberikan kesan menyenangkan dan non-formal, tipe sans serif yang digunakan merupakan tipe *handwriting*. Dalam perancangan ini, menggunakan dua font berbeda, yaitu My Pen dan Cursive1.

MY PEN  
© Wulan Puspita



Gambar 8 My Pen Font  
(Sumber: Pribadi)



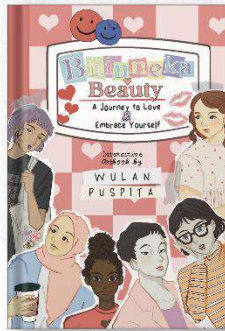
Gambar 9 Cursive1 Font  
(Sumber: pribadi)

### Hasil Perancangan

#### Media Utama

Berupa buku ilustrasi *hard cover* dengan total 94 halaman berbahan kertas HVS 100 gr dan jilid *sewn binding* dan *case binding*.

#### Mockup Buku



Gambar 10 Mockup Cover Buku Depan  
(Sumber: Pribadi)



Gambar 11 Mockup Cover Buku Depan dan Belakang  
(Sumber: Pribadi)



Gambar 12 Mockup Isi Buku  
(Sumber: Pribadi)



Gambar 13 Cover depan dan belakang  
(Sumber: Pribadi)

Cover buku dirancang seperti buku jurnal, dengan ilustrasi para perempuan dengan beragam warna kulit dan etnis. Ditambahkan ilustrasi yang memberikan kesan stiker yang ditempel. Pada bagian belakang terdapat kata-kata

"Buku ini akan membuatmu cantik dalam sekejap" merupakan tujuan dari buku ini dibuat, untuk membantu perempuan agar lebih percaya diri.

### Media Pendukung

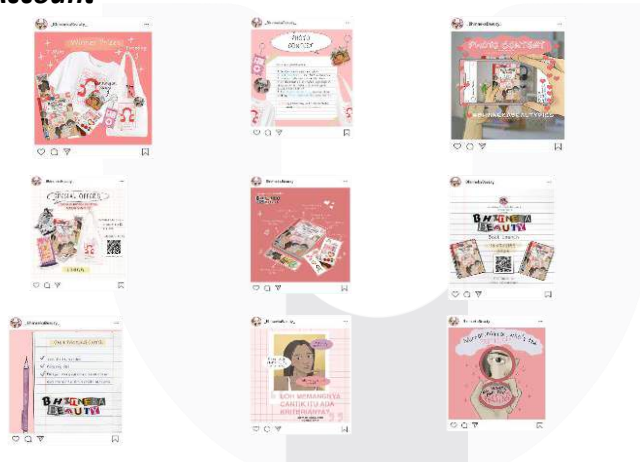
#### Instagram Ads



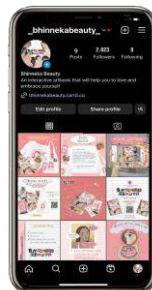
Gambar 14 Instagram Ads  
(Sumber: Pribadi)

Instagram Ads yang digunakan sebagai media promosi untuk mengenalkan audiens kepada produk sekaligus membawa audiens ke laman Instagram produk.

#### Instagram Account



Gambar 15 Feeds Instagram  
(Sumber: Pribadi)

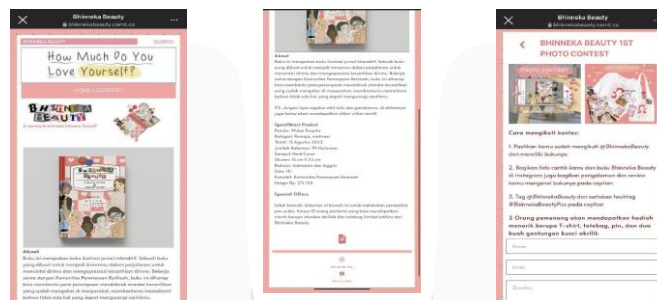


Gambar 16 Mockup Instagram  
(Sumber: Pribadi)

### X Banner



Gambar 17 Mockup X Banner  
(Sumber: Pribadi)



Gambar 18 Laman Website  
(Sumber: Pribadi)

### KESIMPULAN

Melalui perancangan ini ditarik kesimpulan bahwa pengenalan keberagaman dianggap sangat penting, tak hanya pada anak-anak namun juga remaja, keberagaman ini termasuk juga ragam kecantikan yang dimiliki setiap perempuan. Pengenalan ini bermaksud agar audiens mulai menormalisasi keragaman di sekitar mereka maupun diri mereka sendiri sehingga mereka bisa lebih mengapresiasi diri dan juga orang lain. Melalui pengumpulan data dapat dilihat bahwa masih banyak perempuan yang terbelenggu oleh stigma kecantikan,

mereka merasa tidak percaya diri, bahkan sebagian turut berkontribusi dalam *bullying* verbal kepada sebagian orang yang tidak masuk ke dalam kategori standar kecantikan. Media juga masih kurang merepresentasikan kecantikan yang beragam, sehingga standar kecantikan sulit untuk didobrak. Dengan buku ini diharapkan dapat membantu banyak perempuan dalam menumbuhkan kepercayaan diri mereka dan melihat kecantikan dari perspektif yang lebih luas, ilustrasi di dalamnya dimaksudkan sebagai penjelas informasi agar lebih mudah diserap, juga sebagai hiasan untuk mempercantik agar semakin banyak audiens yang tertarik untuk membaca, dan sama-sama mulai menghapus stigma standar kecantikan.

## **SARAN**

Untuk perancangan selanjutnya diharapkan menjadi media informasi yang dapat membantu remaja lebih terbuka dengan keragaman dan menerima apa yang mereka punya dengan lebih maksimal, juga sebagai media pembelajaran yang lebih efektif, akurat, dan menyenangkan yang membantu remaja meningkatkan kepercayaan diri.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Aden, Z., Syaputra, D. D., Ervatamia, D., & Rigata, D. (2022). Putih sebagai Kulit Ideal : Representasi Warna Kulit Perempuan Ideal dalam Iklan Dove Body Wash Tahun 2017. *Jurnal Analisis Kebijakan*, 3(1).
- Agung, Lingga. 2017. *Pengantar Sejarah dan Konsep Estetika*. Yogyakarta: Kanisius
- Cenadi, C., S. 2004. *ELEMEN-ELEMEN DALAM DESAIN KOMUNIKASI VISUAL*.
- Dharsono, Sony Kartika & Sunarmi. (2007). *Estetika Seni Rupa Nusantara*. Surakarta: ISI Pres.
- Kusrianto, Adi. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta:



Andi.

- Liem, Selvia. 2022. Artikulasi Rasa Mencintai Kecantikan Diri Sepenuhnya. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Mahanani, MP dkk. 2020. Pelatihan Konsep Diri Remaja Putri Untuk Membangun Pemahaman Tentang Standar Kecantikan
- Meads, A. 2015. 8 Signs That You've Developed Greater Self-Love and Awareness.
- Meliana, A.2006.Menjelajah Tubuh: Perempuan dan Mitos Kecantikan. Yogyakarta: LkiS
- Murniarti, A. Nunuk, P. 2004. Getar Gender. Magelang : Indonesia Tera
- Nugroho, Eko. 2008. Pengenalan Teori Warna karya. Yogyakarta: Andi
- Nuramini, D., Apsari, D., & Wahab, T. (2020). Perancangan Buku Ilustrasi Sebagai Media Informasi Mencintai Diri Sendiri Untuk Meningkatkan Harga Diri Pada Korban Bullying. EProceedings of Art & Design, 7(2).
- Prabasmoro, A., P. 2003. Becoming White: Representasi Ras, Kelas, Femininitas dan Globalitas Dalam Iklan Sabun. Jelasutra.
- Pradana, MAA & Siswanto, RA. 2018. Perancangan Buku Ilustrasi Pendidikan Seks Anak Untuk Orang Tua. eProceedings of Art & Design
- Poerwadarminta W.J.S. 1976. Kamus Umum Bahasa Indonesia, PN Balai Pustaka, Jakarta.
- Putra, Antonius, N., Lakoro, Rahmatsyam. 2012. Perancangan Buku Ilustrasi Musik Keroncong. Jurnal Teknik POMITS, Vol. 1, No. 1. (2012)
- Rohmah, Chozinatul & Huda, M. H., Zainul. 2020. REPRESENTASI SUPREMASI KULIT PUTIH BAGI PEREMPUAN DALAM PRODUK IKLAN SEBAGAI STANDAR KECANTIKAN. Surakarta: Institut Agama Islam Negeri
- Rustan, Suriyanto. 2008. Layout, dasar & penerapannya. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama
- Salsabila, Andina dkk. 2017. Self Love untuk Meningkatkan Harga Diri Remaja.

Academia.

Santrock, John W. 2007. Perkembangan Anak. Jakarta : Erlangga

Soedarso, Nick. 2014. Perancangan Buku Ilustrasi Mahapatih Gajah Mada.

Humaniora.

Sukisman, J. M., & Utami, L. S. S. (2021). Perlawanan Stigma Warna Kulit terhadap Standar Kecantikan Perempuan Melalui Iklan.

Supriadi, O. A., Wahab, T., & Hidayat, S. (2016). Perancangan Komik Perang Bubat Versi Kidung Sunda Untuk Remaja. eProceedings of Art & Design, 3(3).

Susanto, Mikke. 2011. Diksi Rupa, Kumpulan Istilah dan Gerakan Seni Rupa. Yogyakarta: DictiArt Lab & Djagad Art House.

Syarafa, CYA & Melga, B. 2021. Perancangan Buku Ilustrasi Biografi Tokoh Seni Rupa Indonesia Modern S. Sudjojono Untuk Remaja. eProceedings of Art & Design

Tilaar, Martha. 2008. Kecantikan Perempuan Timur. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2017

Wilcox, Kathy & D.Lair, James. 2000. The Impact of Media Images of Super Slender Women on Women's Self-Esteem: Identification, Social Comparison, and Self Perception. Journal of Research in Personality

Worotitjan , Hulda Grace.2014. Konstruksi Kecantikan dalam Iklan Kosmetik

Wardah. Surabaya : Universitas Kristen Petra. Volume 2 Nomor 2

Wulan, Roro R. 2017. The Myth of White Skin: A Postcolonial Review of Cosmetics Ads in Indonesia. Bandung: Telkom University.

Xue, Li Ming, dkk. 2021. A Qualitative Exploration of Chinese Self-Love, Frontiers in Psychology, vol. 12