

## PERSEPSI NETIZEN INDONESIA TERHADAP LOGO DAN MASKOT ASIAN GAMES 2018

M. Lahandi Baskoro

Program Studi Desain Komunikasi Visual  
Fakultas Industri Kreatif, Universitas Trilogi  
Jl. Kampus Trilogi /STEKPI No. 1 Kalibata, Jakarta 12760

*lahandi@universitas-trilogi.ac.id*

### Abstrak

Indonesia akan menggelar *Asian Games* 2018, sebuah ajang olahraga terbesar di benua Asia. Perhelatan ajang olahraga skala regional ini memiliki arti penting bagi tuan rumah penyelenggara, karena momentum tersebut bisa dimanfaatkan untuk membangun citra positif Indonesia di mata negara lainnya. Menariknya, saat desain maskot *Asian Games* 2018 ini diluncurkan pada 27 Desember 2015, beberapa hari kemudian ia menjadi *trending topic* di media sosial *Twitter*. Netizen Indonesia riuh menganggap bahwa desain tersebut tidak layak untuk menjadi maskot ajang sekelas *Asian Games*. Pemerintah akhirnya menugaskan Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) untuk merevisi logo dan maskot *Asian Games* 2018 tersebut. Penelitian ini berupaya untuk mengukur tingkat kepuasan (atau ketidakpuasan) netizen Indonesia terhadap logo dan maskot *Asian Games* 2018, serta mengeksplorasi sisi apa yang menyebabkan ketidakpuasan tersebut, sehingga bisa menjadi pertimbangan bagi acara olahraga sejenis kedepannya. Survei dilakukan dengan pendekatan *voluntary response sampling* dan berhasil mendapatkan 873 responden.

Kata Kunci: *Asian Games* 2018, Logo, Maskot, Persepsi Netizen

### Abstract

*Indonesia will host the 2018 Asian Games, the largest sporting event on the Asia continent. This momentum could be used to build a positive image of Indonesia amongst other countries. When the 2018 Asian Games mascot was launched on December 27, 2015, several days later it became a trending topic on Twitter. Indonesian netizen considers that the mascot design is not good enough to be an Asian Games mascot. Responding this, the government assign the Creative Economy Agency (Bekraf) to revise the logo and mascot of the 2018 Asian Games. This study seeks to measure the level of satisfaction (or dissatisfaction) of Indonesian netizen on the logo and mascot of 2018 Asian Games as well as exploring what caused the dissatisfaction, so that could be a consideration for the similar sporting events. The survey was conducted with voluntary response sampling approach and received 873 respondents.*

*Keywords: Asian Games* 2018, Logo, Mascot, Netizen Perception

## PENDAHULUAN

Indonesia ditunjuk oleh OCA (*Olympic Council of Asia*) menjadi tuan rumah *Asian Games 2018* pada setelah Vietnam menyatakan mengundurkan diri untuk menggelarnya karena alasan keuangan. Pemilihan waktu menjadi 2018 dari sebelumnya 2019 karena mempertimbangkan kondisi politik Indonesia, dimana pada tahun 2019 Indonesia akan melakukan pemilihan presiden. (Dwinarto, 2014).

Perhelatan ajang olahraga skala regional ini memiliki arti penting bagi tuan rumah penyelenggara, karena bisa dimanfaatkan sebagai *soft power diplomacy* (Collins, 2010: 164; Cha, 2013: 1181), memamerkan keberhasilan pembangunan ekonomi (Collins, 2010: 169), hingga pembangunan citra positif negara penyelenggara (Chen, 2012: 743).

Terakhir kali Indonesia dipercaya menjadi tuan rumah *Asian Games* adalah pada tahun 1962. Momentum perhelatan akbar ini berhasil dipergunakan Presiden Soekarno untuk mengangkat semangat, kebanggaan dan rasa percaya diri rakyat Indonesia pada saat itu (Lutan, 2005: 421-422).

Pada akhir bulan Desember 2015, persiapan *Asian Games 2018* ini mengalami dinamika yang cukup ramai di kalangan publik. Hal ini dikarenakan setelah maskot *Asian Games 2018* diluncurkan, sebagian besar publik tidak menyukai maskot tersebut.



Gambar 1. Drawa, Maskot Asian Games 2018. (Sumber: inilah.com)

Linimasa media sosial di Indonesia pun riuh merespon maskot ini, terbukti beberapa hari setelah maskot tersebut diluncurkan, hal tersebut menjadi *trending topic* di media sosial Twitter. Netizen Indonesia ramai mengolok-olok desain maskot tersebut. (Alan, 2015; Gunawan, 2015; “Netizen Olok-Olok Maskot”, 2016). Selain maskot, logo *Asian Games* pun dinilai netizen ketinggalan jaman (“Logo dan Maskot”, 2016).



Gambar 2. Logo Asian Games 2018. (Sumber: ice-indonesia.com)

Fenomena ini sangat disayangkan, karena maskot dan logo yang akan menjadi ‘wajah utama’ acara olahraga terbesar di Asia ini tidak didukung oleh publiknya sendiri.

Logo yang terkesan ‘jadul’ dapat menimbulkan persepsi bahwa organisasi tersebut (dalam hal ini panitia penyelenggara) tidak mengadopsi *best*

*practices* manajemen modern (Mahajan, 2014: 209-210). Suatu organisasi dapat menggunakan desain logo untuk memberikan persepsi citra yang positif (Kim et al, 2013: 52).

Perancangan maskot, sejatinya bagus untuk membangun identitas organisasi dan mendapatkan perhatian publik. Maskot juga bisa memberikan banyak sekali keuntungan untuk meningkatkan daya tarik konsumen dan rekognisi *brand* (Mohanty, 2014: 42).

Kabar baik dari pemerintah Indonesia yang tidak berlama-lama menanggapi kritik ini. Sekretaris Kabinet Pramono Anung mengatakan, persoalan logo dan Maskot tersebut sudah dibahas dalam agenda rapat terbatas persiapan Asian Games yang dipimpin oleh Presiden dan Wakil Presiden, dimana Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) ditugaskan untuk mengawal revisi logo dan maskot *Asian Games 2018* ini (“Logo dan Maskot”, 2016).

Untuk menghindari reaksi penolakan kembali terhadap redesain logo dan maskot dari publik terutama netizen, ada baiknya jika pemerintah, atau dalam hal ini Bekraf, mempertimbangkan aspirasi dari mereka.

Dari pengamatan peneliti, di Indonesia netizen merupakan kelompok masyarakat yang mampu memengaruhi opini publik. Netizen biasanya bereaksi cepat merespon terhadap kejadian tertentu, kemudian respon ini dikutip oleh media terutama media *online*, untuk kemudian menyebar dan mempengaruhi opini publik pada umumnya.

Oleh karenanya, penting kiranya mengetahui persepsi netizen terhadap logo dan maskot *Asian Games 2018* ini agar menjadi pembelajaran untuk acara-acara

olahraga seperti ini kedepannya. Hal ini juga dapat dijadikan pertimbangan dalam proses redesain yang akan dilakukan oleh pemerintah.

Dalam penelitian ini, permasalahan yang ingin dibahas adalah:

1. Berapa persen netizen yang puas dan tidak puas terhadap desain logo *Asian Games 2018*?
2. Apa penyebab ketidakpuasan mereka terhadap desain logo *Asian Games 2018* tersebut?
3. Berapa persen netizen yang puas dan tidak puas terhadap desain maskot *Asian Games 2018*?
4. Apa penyebab ketidakpuasan mereka terhadap desain maskot *Asian Games 2018* tersebut?

Dalam penelitian ini, netizen diartikan sebagai pengguna aktif internet. Istilah netizen merupakan *portmanteau* dari kata *internet* dan *citizen*. Istilah netizen pertama kali dimunculkan oleh Michael Hauben (Orlowski, 2001), yang menyebutkan bahwa netizen merupakan “*citizen of the net*” (Hauben, 1995).

## PEMBAHASAN

### SURVEI

Survei dirancang untuk mengetahui dan mengeksplorasi permasalahan yang disebutkan di atas.

Perancangan pilihan jawaban yang berusaha mengeksplorasi ketidakpuasan disimpulkan dari pernyataan yang bersifat kritik dalam beberapa artikel berita seputar logo dan maskot *Asian Games 2018*.

Artikel yang menjadi bahan adalah:

Tabel 1. Daftar Artikel Sebagai Sumber Pertanyaan Survei

No	Judul	Media
1	Desain Maskot <i>Asian Games</i> 2018 Dinilai terlalu <i>Jadul</i>	Detik
2	Drawa: Maskot <i>Asian Games</i> 2018 yang Betul-betul Seadanya	Detik
3	Maskot <i>Asian Games</i> 2018 mendapat kritik dari seniman	Antara
4	Maskot <i>Asian Games</i> Tak Mirip Cenderawasih, Benarkah?	CNN Indonesia
5	Maskot <i>Asian Games</i> 2018 Menuai Kritikan	Republika
6	Maskot <i>Asian Games</i> Mirip Ayam, Profesional Digandeng	Tempo

Sisa pilihan jawaban yang dimasukkan ke dalam survei dibuat berdasarkan pengalaman peneliti yang mendalami bidang desain komunikasi visual.

Survei dibuat pada Google Form. Survei disebarikan secara *online* melalui tautan (*link*) pada media-media berikut:

Tabel 2. Daftar Artikel Berita Online yang Memuat Tautan Survei

No	Judul Artikel	Media
1	Kecewa dengan Maskot <i>Asian Games</i> ? Ikuti Survei Ini	Nextren
2	Yuk, Ikutan Survei Logo & Maskot <i>Asian Games</i> 2018 Agar Logo dan Maskot Barunya Nanti Nggak Wagu Lagi	Virala
3	Komunitas Depok <i>Creative Inisiasi</i> Survey Kelayakan Maskot <i>Asian Games</i> 2018	Bisnis Indonesia

4	Maskot <i>Asian Games</i> Indonesia di-bully, beri masukan, Bro?	Lensa Indonesia
5	Ayo Bantu Untuk Maskot <i>Asian Games</i> yang Lebih Baik	Inilah

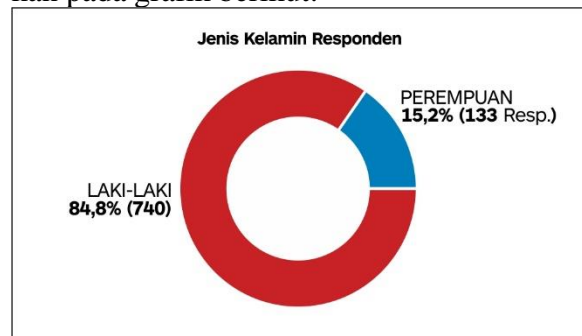
Tautan survei juga disebarikan melalui media sosial Facebook dan Twitter, dimana ada yang dibagikan dari posting peneliti dan jejaringnya, serta ada juga yang merupakan posting dari akun media sosial situs media online tadi.

Pengumpulan responden dilakukan dengan menggunakan pendekatan *voluntary response sampling*. Pendekatan ini dipilih karena cepat, efisien dan dirasa mampu untuk mendapatkan masukan secara optimal dari para netizen yang antusias dan peduli terhadap *Asian Games* 2018.

Pengumpulan data survei dilakukan selama 22 hari yaitu dari tanggal 3 Januari 2016 hingga 25 Januari 2016. Dalam rentang waktu pengumpulan data, berhasil terkumpul 873 responden yang berpartisipasi pada survei ini.

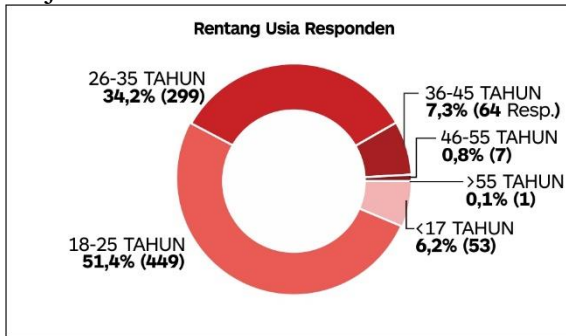
### PROFIL NETIZEN

Profil dari para netizen yang berpartisipasi dalam survei ini bisa dijelaskan pada grafik berikut:



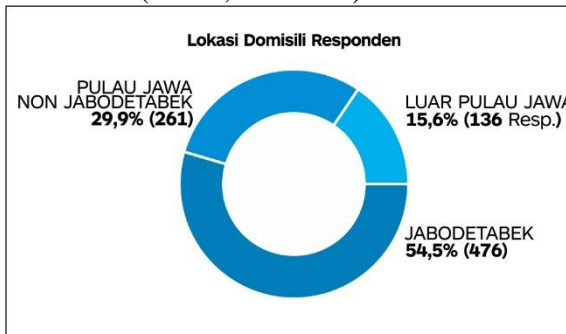
Grafik 1. Jenis Kelamin Responden

Dari sisi jenis kelamin, responden terbanyak adalah berjenis kelamin Laki-Laki (84,8%). Menurut peneliti, hal ini disebabkan karena peminat kegiatan olahraga kebanyakan adalah laki-laki, sehingga dalam survei yang bersifat *voluntary response* ini yang merespon secara antusias adalah netizen yang berjenis kelamin laki-laki.



Grafik 2. Rentang Usia Responden

Dari sisi usia, responden terbanyak berasal dari rentang umur 18-25 tahun (51,4%) dan 26-35 tahun (34,2%). Menurut peneliti, hal ini disebabkan karena pada rentang umur tersebut adalah rentang umur dominan pengguna internet Indonesia (APJII, 2015: 12).

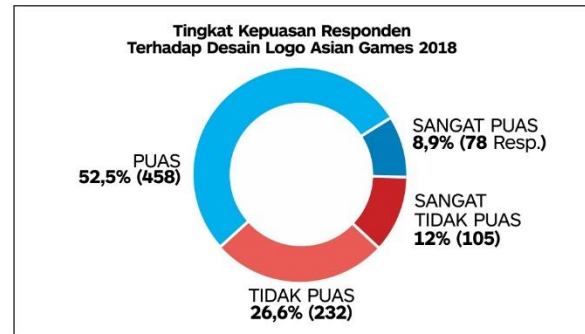


Grafik 3. Lokasi Domisili Responden

Dari sisi lokasi domisili, responden terbanyak berasal dari lokasi Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang & Bekasi (54,5%) disusul dari yang berlokasi di pulau Jawa tapi di luar Jabodetabek (29,9%), sisanya berasal dari luar pulau Jawa (15,6%). Urutan ini juga selaras dengan informasi jumlah pengguna internet Indonesia berdasarkan wilayah yang dirilis oleh APJII (APJII, 2015: 20).

## LOGO ASIAN GAMES 2018

Terhadap logo *Asian Games* 2018, berikut grafik yang menunjukkan persepsi netizen Indonesia:



Grafik 4. Tingkat Kepuasan Responden Terhadap Desain Logo Asian Games 2018

Sebanyak 52,5% menyatakan “Puas” dan 8,9% menyatakan “Sangat Puas” terhadap logo tersebut. Untuk yang menyatakan “Tidak Puas” sebesar 26,6% dan “Sangat Tidak Puas” sebesar 12%. Jika yang “Puas” dan “Sangat Puas” digabungkan kemudian dibandingkan dengan gabungan yang menjawab “Tidak Puas” dan “Sangat Tidak Puas”, maka hasilnya didapat 61,4%:38,6%.

Dari perbandingan tersebut bisa dibaca bahwa netizen Indonesia cenderung puas terhadap desain logo *Asian Games* 2018. Para responden yang menjawab “Tidak Puas” dan “Sangat Tidak Puas” ditelusuri lagi lebih lanjut, dalam bentuk pertanyaan yang tiap responden bisa memilih lebih dari satu opsi. Hasil respon para responden bisa dijabarkan dalam tabel berikut:

Tabel 3. Alasan Ketidakpuasan Terhadap Logo Asian Games 2018

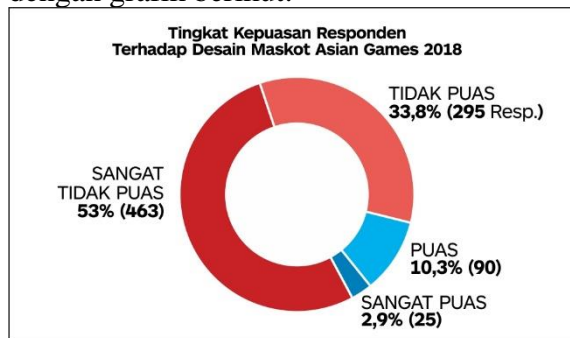
No	Pilihan	Jumlah Responden	%
1.	Tampilan dan kesan yang dibawa logo kurang modern	177	52,5
2.	Hurufnya kurang menarik	173	51,3
3.	Secara keseluruhan	170	50,4

	kurang bisa mewakili semangat dan harapan Indonesia sebagai tuan rumah		
4.	Bentuknya kurang menarik	169	50,1
5.	Makna atau maksud logonya kurang jelas	154	45,7
6.	Warnanya Kurang Menarik	104	30,9
7.	Lainnya	47	13,9

Empat alasan yang mendapat pilihan yang cukup signifikan (50,1%-52,5%) dibandingkan sisanya adalah (1) Tampilan dan kesan yang dibawa logo kurang modern, (2) Hurufnya kurang menarik, (3) Bentuknya kurang menarik, dan (4) Secara keseluruhan kurang bisa mewakili semangat dan harapan Indonesia sebagai tuan rumah.

**MASKOT ASIAN GAMES 2018**

Untuk maskot *Asian Games 2018*, persepsi netizen Indonesia ditunjukkan dengan grafik berikut:



Grafik 5. Tingkat Kepuasan Responden Terhadap Desain Maskot Asian Games 2018

Sebanyak 53% responden memilih “Sangat Tidak Puas” dan 33,8% memilih “Tidak Puas”. Sebanyak 10,3%

responden memilih “Puas” dan 2,9% memilih “Sangat Puas”.

Dari data ini terlihat bahwa mayoritas responden dengan jelas menyatakan sangat tidak puas dengan maskot tersebut. Jika yang “Sangat Tidak Puas” dan “Tidak Puas” digabungkan kemudian dibandingkan dengan gabungan yang menjawab “Puas” dan “Sangat Puas”, maka hasilnya didapat 86,8%:13,2%.

Dari perbandingan tersebut kembali bisa terlihat jelas ketidakpuasan netizen Indonesia terhadap desain maskot *Asian Games 2018* yang dibuat.

Para responden yang menjawab “Tidak Puas” dan “Sangat Tidak Puas” ditelusuri lagi lebih lanjut, dalam bentuk pertanyaan yang tiap responden bisa memilih lebih dari satu opsi. Hasil respon para responden bisa dijabarkan dalam tabel berikut:

Tabel 4. Alasan Ketidakpuasan Terhadap Maskot Asian Games 2018

No	Pilihan	Jumlah Responden	%
1.	Perwujudan fisik maskot kurang menarik	596	78,6
2.	Tampilan dan kesan yang dibawa maskot kurang modern	544	71,8
3.	Visualisasi maskot dirasa kurang komersil	513	67,7
4.	Bentuk maskot kurang jelas mewakili hewan apa	448	59,1
5.	Kostum maskot kurang menarik	413	54,5
6.	Visualisasi maskot kurang mewakili Indonesia	304	40,1

7. Nama maskot kurang menarik	238	31,4
8. Lainnya	82	10,8

Tiga alasan teratas terhadap ketidakpuasan para responden adalah (1) Perwujudan fisik maskot kurang menarik, (2) Tampilan dan kesan yang dibawa maskot kurang modern, (3) Visualisasi maskot dirasa kurang komersil.

## PENUTUP

Jika para responden yang menjawab “Puas” dan “Sangat Puas” dijadikan satu kelompok puas dan jawaban “Tidak Puas” dan “Sangat Tidak Puas” dijadikan satu kelompok tidak puas. Maka untuk logo *Asian Games 2018*, persepsi sebagian besar (61,4%) netizen Indonesia adalah puas, walaupun perbedaan tersebut bisa dikatakan berselisih sedikit dengan yang kelompok tidak puas (38,6%).

Jika pengelompokkan yang sama juga diterapkan untuk maskot *Asian Games 2018*, maka persepsi sebagian besar netizen Indonesia (86,8%) menyatakan tidak puas. Ketidakpuasan ini dapat terlihat jelas karena perbandingan persentase dengan kelompok yang menyatakan puas (13,2%) terdapat perbedaan yang signifikan.

Dari persepsi netizen Indonesia, jika pemerintah ingin merevisi logo *Asian Games 2018*, empat hal utama yang perlu diperhatikan adalah logo perlu memiliki tampilan dan kesan yang mampu merepresentasikan kekinian, bentuk huruf yang lebih menarik, bentuk logo yang lebih menarik serta mampu mewakili semangat dan harapan Indonesia sebagai tuan rumah.

Untuk maskot, jika pemerintah ingin merevisi maskot *Asian Games 2018* maka tiga hal utama yang perlu di-

perhatikan adalah perwujudan fisik maskot yang lebih menarik, tampilan maskot yang lebih kekinian, serta visualisasi maskot agar lebih komersial.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

APJII. (2015). *Profil Pengguna Internet Indonesia 2014*. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.

### Jurnal

Cha, V. (2013). *The Asian Games and Diplomacy in Asia: Korea–China–Russia*. *The International Journal of the History of Sport*, 30 (10): 1176-1187

Chen, N. (2012). *Branding national images: The 2008 Beijing summer olympics, 2010 Shanghai World Expo, and 2010 Guangzhou asian games*. *Public Relations Review*, 38 (5): 731-745

Collins, S. (2010). *Asian Soft-Power: Globalization and Regionalism in the East Asia Olympic Games*. *Rethinking Matters Olympic: Investigations into the Socio-Cultural Study of the Modern Olympic Movement* (London, Ontario: International Centre for Olympic Studies, The University of Western Ontario, 2010): 163-176

Kim, V, W.E.; Thinavan P.; Kelly T.A. Li. (2013). *How Does Logo Design Affect Consumers Brand Attitudes?* *International Journal of Innovative Research in Management*, 2 (1): 43-57

Lutan, R. (2005). *Indonesia and the Asian Games: Sport, Nationalism and the 'New Order'*. *Sport in Society*:

- Cultures, Commerce, Media, Politics, 8 (3): 414-424
- Mahajan, N. (2014). *An Exploration of Impact of Logo Redesign on Brand Image*. *Global Journal of Finance and Management*, 6 (3): 209-216
- Mohanty, S. S.. (2014). *Growing Importance of Mascot & their Impact on Brand Awareness –A Study of Young Adults in Bhubaneswar City*. *International Journal of Computational Engineering & Management*, 17 (6): 42-44
- Pranala**
- Alan. (2015). *9 Kritik Netizen untuk Desain Maskot Asian Games 2018*. Bomee.co. <http://boomee.co/buzz/kritik-pedas-netizen-untuk-maskot-asian-games-2018/> . Diakses 31 Mei 2016
- Diah, F. (2015). *Desain Maskot Asian Games 2018 Dinilai Terlalu Jadul*. Detik. <http://sport.detik.com/read/2015/12/29/194719/3106912/82/desain-maskot-asian-games-2018-dinilai-terlalu-jadul> . Diakses 31 Desember 2015
- Dwinarto. (2014). *Indonesia Tuan Rumah Asian Games 2018*. Sindonews. <http://sports.sindonews.com/read/902617/51/indonesia-tuan-rumah-asian-games-2018-1410967410>. Diakses 31 Mei 2016
- Fachmy, C. (2016). *Yuk, Ikutan Survei Logo & Maskot Asian Games 2018 Agar Logo dan Maskot Barunya Nanti Nggak Wagu Lagi*. Virala. <https://t.co/yjw1F9FCuE>. Diakses 7 Januari 2016
- Fanani, A K. *Maskot Asian Games 2018 mendapat kritik dari seniman*. Antara. <http://www.antaranews.com/berita/537257/maskot-asian-games-2018-mendapat-kritik-dari-seniman> . Diakses 31 Desember 2015
- Gunawan. (2015). *Maskot Asian Games 2018 ‘Dicubit’ Netizen*. *Tribun News*. <http://bali.tribunnews.com/2015/12/30/maskot-asian-games-2018-dicubit-netizen> . Diakses 31 Mei 2016
- Hauben, M. (1995). *The Expanding Commonwealth of Learning: Printing and the Net*. Columbia University. <http://www.columbia.edu/~hauben/CS/printing.txt> . Diakses 30 Mei 2016
- Irianto, D. (2016). *Maskot Asian Games di Indonesia di-bully, beri masukan, Bro?* *Lensa Indonesia*. <http://www.lensaIndonesia.com/2016/01/11/maskot-asian-games-di-indonesia-di-bully-beri-masukan-bro.html> . Diakses 11 Januari 2016
- Khoer, Miftachul. *Komunitas Depok Creative Inisiasi Survey Kelayakan Maskot Asian Games 2018*. *Bisnis Indonesia*. <http://jakarta.bisnis.com/read/20160112/383/508931/komunitas-depok-creative-inisiasi-survey-kelayakan-maskot-asian-games-2018> . Diakses 12 Januari 2016
- “Logo dan Maskot Asian Games 2018 Dinilai Ketinggalan Zaman”. (2016). Tempo.co. <https://seleb.tempo.co/read/news/2016/01/11/114735003/logo-dan-maskot-asian-games-2018->



- dinilai-ketinggalan-zaman.  
Diakses 31 Mei 2016.
- “Netizen olok-olok maskot Asian Games 2018 ‘Drawa’ karena mirip ayam”. (2016). Coconuts Indonesia.  
<http://indonesia.coconuts.co/2016/01/05/netizen-olok-olok-maskot-asian-games-2018-drawa-karena-mirip-ayam>. Diakses 31 Mei 2016.
- Nistanto, R. K. (2016). Kecewa dengan Maskot Asian Games? Ikuti Survei Ini. Nextren.  
<http://www.nextren.com/read/2016/01/12/095100531/Kecewa.dengan.Maskot.Asian.Games.Ikuti.Survei.Ini>. Diakses 12 Januari 2016
- Noor, R.F. (2015). *Drawa, Maskot Asian Games yang Betul-Betul Seadanya*. Detik.  
<http://sport.detik.com/read/2015/12/30/074648/3107021/82/drawa-maskot-asian-games-2018-yang-betul-betul-seadanya> . Diakses 30 Desember 2015
- Orlowski, A. (2001). *Michael Hauben, Netizen, dies*. The Register.  
[http://www.theregister.co.uk/2001/06/30/michael\\_hauben\\_netizen\\_dies/](http://www.theregister.co.uk/2001/06/30/michael_hauben_netizen_dies/) . Diakses 30 Mei 2016
- Putratama, M. A. R. (2015). *Maskot Asian Games Tak Mirip Cenderawasih, Benarkah?* CNN Indonesia.  
<http://www.cnnindonesia.com/olahraga/20151229141524-178-100950/maskot-asian-games-tak-mirip-cenderawasih-benarkah/>  
Diakses 30 Desember 2015.
- Rini, C. L.. (2015). *Maskot Asian Games 2018 Menuai Kritikan*. Republika On Line.  
<http://www.republika.co.id/berita/olahraga/arena-olahraga/15/12/28/o02n73299-maskot-asian-games-2018-menuai-kritikan>
- Suharman, T. (2015). *Maskot Asian Games Mirip Ayam, Profesional Digandeng*. Tempo.co.  
<https://m.tempo.co/read/news/2016/01/07/103733796/maskot-asian-games-mirip-ayam-profesional-digandeng>
- Surya, R. A. (2016). *Ayo Bantu Untuk Maskot Asian Games yang Lebih Baik*. Inilah.  
<http://olahraga.inilah.com/read/detail/2266164/ayobantuuntukmaskotasiangamesyanglebihbaik> . Diakses 12 Januari 2016