

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

Dalam bagian penutup ini diuraikan simpulan dan saran. Adapun uraiannya sebagai berikut.

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data, ketiga rumusan penelitian tentang nama-nama unik makanan dapat terjawab dengan simpulan sebagai berikut.

- 1) Dari 70 leksikon nama-nama unik makanan di Bandung, terdapat 1 leksikon berbentuk klausa, sedangkan 69 sisanya berbentuk kata majemuk. Hasil analisis tersebut menunjukkan bahwa dari penggunaan nama-nama unik pada makanan yang terdapat di Bandung bukan lagi menunjukkan makna sebenarnya, melainkan ada makna lain dibalik penamaan pada makanan-makanan tersebut. Hal tersebut sejalan dengan pendapat Ramlan (2009) yang memaparkan bahwa gabungan dua kata atau lebih yang menimbulkan suatu kata baru lazim disebut sebagai kata majemuk.
- 2) Dari 69 kata majemuk termasuk ke dalam golongan tipe A, yang terdiri atas 2 leksikon tipe A-2 (urutan perbuatan – sasaran), 1 leksikon tipe A-3 (urutan benda – perlakuan), 1 leksikon tipe A-10 (urutan benda – tempat), 28 leksikon tipe A-11 (urutan benda – keadaan), dan 37 leksikon tipe A-20 (urutan benda – rupa). Berdasarkan hasil tersebut, ada satu tipe kompositum (kata majemuk) yang ditemukan peneliti di luar klasifikasi dari Kridalaksana (2009) yang diberi oleh peneliti Tipe A-20 (urutan benda-rupa). Hal tersebut dikarenakan dari 19 subtipe A yang diklasifikasikan oleh Kidalaksana tidak sesuai dengan 37 leksikon pada nama-nama unik makanan.
- 3) Makna kognitif nama-nama unik makanan didapat dari hasil angket yang disebarakan kepada 50 responden. Dari hasil angket tersebut, didapat hasil bahwa semua nama-nama unik pada makanan memiliki konotasi karena tidak hanya memiliki satu makna, melainkan ada makna lain (bermakna ganda). Hasil tersebut sejalan dengan pendapat Barthes (dalam Mayo, 2009) yang menyebutkan bahwa konotasi adalah makna ganda yang lahir dari pengalaman kultural dan personal). Selain memiliki konotasi, ada beberapa nama unik

makanan yang bersinonimi atau memiliki kesamaan arti (Djajasudarma, 2012). Hal tersebut disebabkan oleh kecenderungan masyarakat untuk menyamakan makna kata ketika mengacu pada hal yang menurut mereka memiliki kesamaan. Makna pedas paling banyak ditemukan, yakni ada 16 leksikon.

- 4) Dari hasil angket, respons masyarakat ketika memberikan pendapat tentang nama-nama unik makanan, terdapat 37.14 % berdasarkan rasa, 2.85% berdasarkan bahan, 12.85 % berdasarkan warna, 14.28 % berdasarkan tampilan, 11.42 % berdasarkan bentuk, 5.17 % berdasarkan ukuran, 7.14 % berdasarkan porsi, 4.28 % berdasarkan proses (pembuatan), 1.42 % berdasarkan cara (makan), dan 2.85 % berdasarkan waktu (penjualan). Dari seluruh respons, lebih banyak merespons pada rasa. Hasil tersebut menunjukkan bahwa masyarakat ketika memberikan pendapat terkait makanan, rasa dijadikan acuannya karena rasa merupakan hal utama yang diperhatikan dalam hal makanan.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis dan simpulan yang dikemukakan sebelumnya, peneliti memberikan beberapa saran. Saran yang peneliti usulkan kiranya dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang akan melakukan penelitian selanjutnya. Adapun saran yang diajukan adalah sebagai berikut.

- 1) Ada baiknya ada penelitian selanjutnya tentang nama-nama unik makanan karena data penelitian yang digunakan hanya sebanyak 70 leksikon dan hanya di Bandung. Peneliti menyarankan untuk menambah jumlah kosakata dan tempat penelitian karena masih sangat banyak leksikon tentang nama-nama unik, tidak hanya di Bandung.
- 2) Untuk data penelitian diharapkan ada penelitian nama-nama unik selain dari makanan. Misalnya, nama-nama unik pada minuman, nama tempat.
- 3) Dalam menganalisis, peneliti menyarankan penggunaan analisis kajian lainnya yang relevan, seperti menggunakan kajian psikolinguistik, yang mengaitkan kegiatan berbahasa dengan proses atau kegiatan mental (otak).