

BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis mengenai idiom bahasa Jerman dan bahasa Indonesia yang menggunakan kata *Katze* dan *Hund* dapat disimpulkan beberapa pernyataan sebagai berikut:

1. Terdapat 35 idiom bahasa Jerman yang menggunakan kata *Katze* dan *Hund* yang terdapat dalam sumber data. Idiom-idiom ini terdiri dari 15 idiom yang menggunakan kata *Katze*, 19 idiom yang menggunakan kata *Hund* dan 1 idiom yang menggunakan kata *Katze* dan *Hund*.
2. Jenis idiom berupa *idiomatische Phraseologismen* berjumlah 28 idiom, yakni 13 idiom yang menggunakan kata *Katze* dan 15 idiom yang menggunakan kata *Hund*. Jenis idiom berupa *teil-idiomatische Phraseologismen* berjumlah 7 idiom, yakni 2 idiom yang menggunakan kata, 4 idiom yang menggunakan kata *Hund* dan 1 idiom yang menggunakan kata *Katze* dan *Hund*. Dalam penelitian ini tidak ditemukan idiom berupa *nicht-idiomatisch*.
3. Idiom-idiom yang menggunakan kata *Katze* dan *Hund* diklasifikasikan menjadi tiga kelompok berdasarkan kategori padanannya sebagai berikut:
 - a) Kategori pertama adalah idiom bahasa Jerman yang memiliki padanan langsung dengan idiom bahasa Indonesia. Idiom yang termasuk pada kategori ini berjumlah 3 idiom, yakni 2 idiom dengan kata *Katze* dan 1 idiom dengan kata *Katze* dan *Hund*. Dalam kategori padanan ini tidak ditemukan idiom dengan kata *Hund* yang memiliki padanan langsung dalam bahasa Indonesia.
 - b) Kategori kedua adalah idiom yang tidak memiliki padanan langsung tetapi memiliki kesamaan makna idiomatis dengan idiom bahasa Indonesia. Idiom yang termasuk kategori ini berjumlah 9 idiom, yakni 2 idiom dengan kata *Katze* dan 7 idiom dengan kata *Hund*.

- c) Kategori ketiga adalah idiom yang menggunakan kata *Katze* dan *Hund* yang tidak memiliki padanan dalam bahasa Indonesia. 23 idiom termasuk kategori ini, yakni 11 idiom dengan kata *Katze* dan 12 idiom dengan kata *Hund*.

B. Implikasi

Penelitian mengenai idiom yang menggunakan kata *Katze* dan *Hund* ini memberikan kontribusi dan manfaat dalam memperkaya pengetahuan mengenai ungkapan idiomatis dan budaya yang tersirat di dalamnya. Dalam penelitian idiom tidak hanya dibahas mengenai jenis-jenis idiom dan kategori padanannya saja seperti pada penelitian ini, tetapi juga dapat dibahas hal lainnya seperti struktur idiom atau peran semantis idiom pada variabel tertentu.

C. Rekomendasi

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan, berikut ini dikemukakan beberapa rekomendasi yang berkaitan dengan penelitian idiom sebagai berikut:

1. Bagi pembelajar bahasa Jerman yang ingin mendalami idiom –dalam hal ini termasuk pula para peneliti-, disarankan untuk mencari sumber yang lebih luas, tidak hanya dari buku dan kamus ungkapan saja tetapi juga dari media cetak seperti majalah, koran, dan media elektronik seperti film dan internet.
2. Apabila dalam sumber data –dalam hal ini buku dan/atau kamus ungkapan- tidak ditemukan padanan idiomnya, maka para peneliti lain yang akan melakukan penelitian serupa, disarankan untuk memperluas referensi sumber data dari literatur lain seperti situs internet yang berkaitan dengan padanan idiom.
3. Sekait dengan banyaknya jumlah idiom bahasa Jerman yang tidak memiliki padanan idiom dalam bahasa Indonesia, maka para peneliti lain disarankan untuk lebih membahas keterkaitan idiom dan budaya, karena sebuah idiom tidak semata terlepas dari unsur-unsur pembentuknya atau setidaknya ada latar belakang budaya yang menyebabkan munculnya idiom tersebut.