

BAB IV

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil angket, responden mengetahui mengenai *maneki neko*. Sebagian dari responden mengetahui mitos *maneki neko* itu. Diantara mereka ada yang percaya terhadap *maneki neko*, namun hanya sebagian saja yang percaya.

Bagi responden yang memiliki *maneki neko* percaya bahwa *maneki neko* dapat membawa keberuntungan karena dianggap dapat mendatangkan pengunjung atau tamu. Selain itu dapat juga berguna untuk mencegah marabahaya yang datang dan melindungi dari berbagai macam penyakit. Berkenaan dengan pertanyaan mengenai bentuk dan fungsi dari *maneki neko*, penulis menyimpulkan bahwa responden kebanyakan memiliki *maneki neko* yang mengangkat tangan kiri dan memiliki tangan yang kecil.

Terhadap warna dari *maneki neko*, responden yang memiliki *maneki neko* mempunyai warna pilihan tersendiri sesuai dengan pandangan si pemilik terhadap manfaat dan kegunaan. Ada yang memiliki warna hitam yang bermanfaat untuk kesehatan, ada juga yang memilih warna hitam sambil memegang *kouban* (kucing yang membawa uang receh) yang bermanfaat untuk mendatangkan pengunjung, untuk menangkal setan dan untuk kesehatan. Lalu ada pula yang memilih *maneki neko* warna coklat karena dipandang mirip dengan warna kucing. Ada juga yang memilih *maneki neko* berwarna putih, dikarenakan menurut pemiliknya *maneki neko* berwarna putih itu tampak menarik secara penampilan. Berdasarkan mitos memang terdapat perbedaan makna berdasarkan warna. Kucing belang atau putih membawa keberuntungan yang biasa, hitam membawa kekayaan dan juga mencegah roh jahat, emas membawa

keberuntungan keuangan, *pink* membantu dalam percintaan, merah mencegah sakit juga menjaga kesehatan, kuning membawa keberuntungan dalam keuangan.

Dapat disimpulkan bahwa responden yang memiliki *maneki neko* itu memilih warna sesuai dengan kebutuhan mereka masing-masing, dan mereka menentukan pilihan warna *maneki neko* juga berdasarkan arti dan fungsi dari warna *maneki neko* tersebut. Sebagian responden ada juga yang berpendapat bahwa *maneki neko* membawa keberuntungan, yaitu usaha akan ramai dikunjungi pengunjung. Hal ini berhubungan dengan adanya mitos yang menceritakan bahwa *maneki neko* merupakan patung pembawa keberuntungan.

Berdasarkan hasil angket responden dipahami bahwa hingga saat ini masyarakat Jepang masih banyak yang memajang *maneki neko* di toko. Karena hal tersebut berkaitan dengan mitos sebagai suatu pesan yang disampaikan secara turun temurun, sekalipun tidak semua diantara mereka mempercayai hal-hal baik yang dapat ditimbulkan oleh *maneki neko*. Hal ini dapat dilihat dengan banyaknya boneka *maneki neko* yang dilihat dalam area pusat perbelanjaan, pertokoan ataupun restoran. Bisa kita lihat banyaknya pengunjung berdatangan ada yang membeli maupun hanya sekedar berkunjung untuk melihat-lihat saja.

Kesimpulan yang terakhir adalah, berdasarkan hasil penelitian terhadap responden, hal mengetahui mitos dan memiliki *maneki neko*, tampak lebih sekedar tradisi daripada kepercayaan mereka terhadap *maneki neko* sebagai benda keramat. Hal ini menunjukkan bahwa di masyarakat yang modern, kepercayaan dan ritual terhadap mitos telah semakin menipis.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

Alessandro, Duranti. 1997. *Linguistic Antropology*. Cambridge : Cambridge University Press.

Aminuddin 2011. *Pengantar Apresiasi Karya Sastra*. Jakarta: Sinar Baru Algensindo.

Dhavamony, Mariasusai. 1995. *Fenomenologi Agama*. Deresan, Yogyakarta: Kanisius.

Matsumoto, David. 1994. *Pengantar psikologi lintas budaya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Mulyana, Deddy. 2003. *Komunikasi Efektif, Suatu Pendekatan Lintas budaya*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Shirakata, Youzaburou. 2003. *Shiramakya Hazukashii Nihon Bunka*. Tokyo: Wami Books.

Tadao, Umetsu. 1986. *The Nihon Visual Human Life*. Japan: Kobunsha.

Tadao, Umetsu. 1986. *The Nihon*. Japan: Kobunsha.

Yasuo, Tsujihara. 2006. *Maneki Neko Wa Nani Wo Maneiteiru No Ka*. Japan: Kobunsha.

Situs:

NIFTY'S. (n.d). *Maneki neko club kenkyu keizu*. 15 November 2013.
http://homepage1.nifty.com/manekinekoclub/kenkyu/keizu/keizu_engi.html

ALLABOUT'S. (n.d). *GmGc*. 15 November 2013. <http://allabout.co.jp/gm/gc/68885/>

MANEKINE'S. (n.d). *Yurai*. 17 September 2013.
<http://www.manekine.co/yurai.html>

EXCITE'S. (n.d). *Detail ASIN*. 15 September 2013.
http://item.excite.co.jp/detail/ASIN_4585090738/

DENKO. (n.d). 12 Oktober 2013.
<http://www.denko-do.com>

EXCITE'S. (n.d). *News Bit*. 10 Oktober 2013.
http://www.excite.co.jp/News/bit/E1224130869432.html?_p=all

EXCITE'S. (4 Desember 2012). *News Product*. 10 Oktober 2013.
http://www.excite.co.jp/News/product/20121004/Cobs_il_201210_---594.html

KONEKOHEYA'S. (n.d). *Histori Japanese*. 10 November 2013.
http://www.konekono-heya.com/history/japanese_cat.html

KUCINGKITA'S. (2006-2014). *Fakta kucing sejarah kucing kehidupan manusia*. 15s Oktober 2014. www.kucingkita.com/fakta-kucing/sejarah-kucing-kehidupan-manusia-1

WIKIPEDIA'S. (n.d.). *Kucing*. 5 Desember 2014.
<http://www.id.wikipedia.org/wiki/kucing>

TAMANKUCING'S. (3 Januari 2011-2014). *Sejarah Singkat tentang Kucing*. 20 Oktober 2014. www.tamankucing.com/berita/sejarah-singkat-tentang-kucing