

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan metode penelitian deskriptif pada 7 video di *Chanel YouTube Endgame* yang rata-rata setiap video berdurasi 1 jam maka dapat disimpulkan. Etika komunikasi yang terdapat di *Chanel Youtube endgame* dengan menggunakan teori analisis etika komunikasi Islam yang bersandar kepada alquran maka dapat penulis simpulkan sebagai berikut :

Gita Wirjawan ketika berkomunikasi menggunakan bahasa yang baik tidak menggunakan bahasa yang kasar dari segi pesan yang disampaikan sangat bermanfaat dan inspiratif. Berdasarkan hasil analisis penulis percakapan Gita Wirjawan dengan narasumber mengenai pencapaian yang narasumber raih di dalam pendidikan atau pun karirnya.

Contohnya pada episode profesi dokter bukan sekadar prestise dalam episode ini Gita Wirjawan berbicara tentang bagaimana proses perjalanan pendidikan kedokteran narasumber. Sampai bisa masuk kesalah satu universitas terbaik di dunia dan berbagai prestasi yang dicapai oleh narasumber. Yang mana hal ini sesuai dengan prinsip etika komunikasi Islam yaitu *qaulan ma'rufa*.

Gita Wirjawan berkomunikasi dengan berdasarkan fakta atau tidak mengada-ngada dan juga tidak berbelit-belit langsung ke inti pembahasan. Penuh rasa hormat kepada lawan bicara dengan menggunakan bahasa yang sopan menggunakan intonasi yang santai.

Tidak menggunakan volume suara yang tinggi yang dapat mengganggu lawan bicara. Gita Wirjawan ketika berkomunikasi mudah dimengerti oleh lawan bicara karna beliau berkomunikasi menyesuaikan dengan narasumber. Dari 7 video yang penulis amati pada *Chanel Youtube Endgame* Gita Wirjawan penulis menemukan 6 *qaulan ma'rufa*, 6 *qaulan sadida*, 6 *qaulan baligha*, 6 *qaulan karima*, 7 *qaulan layyina* dan 5 *qaulan maisura*.

## **B. Saran**

1. Kepada konten kreator *YouTube*, ketika membuat suatu konten di *YouTube* hendaknya memperhatikan dari segi komunikasi, gunakan bahasa yang baik tidak menggunakan bahasa-bahasa yang kasar, atau bahasa yang menyebabkan kesalah fahaman.
2. Bagi penonton *YouTube* bijaklah dalam memilih tontonan yang ada di *YouTube* karna tidak semua tontonan di *YouTube* bisa dijadikan tuntunan.