

YOUTUBE SEBAGAI MEDIA PEMBELAJARAN DI INDONESIA

Fandi Prasetya^a, Sandra sukma embuningtiyas^b, Dicky Andriyanto^c

^{abc}Sekolah Ilmu Kesehatan dan Ilmu Alam, Universitas Airlangga, Indonesia, Indonesia

^afandi.prasetya@feb.unair.ac.id, ^bsandra-sukma-e@feb.unair.ac.id,

^cdicky.andriyanto@feb.unair.ac.id

ABSTRAK

Pembatasan sosial memiliki dampak terhadap metode pembelajaran. Metode pembelajaran jarak jauh berbasis online menjadi prioritas utama dalam situasi pandemi saat ini. Youtube dapat menjadi salah satu opsi bagi pelajar untuk membantu mereka di dalam memahami dan meningkatkan kemampuan akademik tanpa ada batasan apapun. Kemudahan akses serta beraneka macam konten yang terdapat di youtube menjadikan youtube semakin populer terutama bagi kalangan penduduk berusia muda. Selama ini konten yang ada pada youtube mayoritas berisi konten yang bertemakan entertainment ataupun berita. Selain entertainment ataupun berita, konten youtube juga dapat berisi dengan konten yang bertema pendidikan. Metode deksriptif kualitatif digunakan dalam penelitian ini. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah media youtube dapat menjadi opsi yang dapat digunakan untuk menunjang pembelajaran di Indonesia. Data yang dikumpulkan menggunakan studi literatur. Literatur-literatur yang terkumpul kemudian dianalisis dengan memahami bagaimana interpretasi penulis untuk mengetahui sudah tepatkah media youtube digunakan di Indonesia sebagai media penunjang dalam proses belajar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa youtube dapat menjadi media pembelajaran yang tepat di Indonesia dan perlu disertai dengan pembangunan infrastruktur teknologi informasi serta komunikasi

Kata kunci : Pendidikan, Teknologi, Youtube

ABSTRACT

Social restrictions have an impact on learning methods. Online-based distance learning methods are a top priority in the current pandemic situation. Youtube can be an alternative learning tool in Indonesia. Ease of access and various kinds of content on YouTube make YouTube more popular, especially for young people. So far, the majority of content on YouTube contains content with the theme of entertainment or news. In addition to entertainment or news, YouTube content can also contain educational-themed content. The qualitative descriptive method in this study with the aim of finding out whether youtube media can be an option that can be used to support learning. The data were collected using a literature study. The collected literature is then analyzed by understanding how the author's interpretation is to find out whether youtube media is used in Indonesia as a supporting medium in the learning process. The outcome of the study, YouTube can be the right learning media in Indonesia and necessary accompanied by the development of information and communication technology infrastructure

Keywords: Education, Technology, Youtube

1. PENDAHULUAN

Tahun 2020, *World Health Organization* (WHO) memutuskan bawa COVID-19 sebagai Pandemi. Dampak dari pandemi COVID-19 bagi

kelangsungan hidup manusia di beberapa sektor sangat signifikan [1]. Pada sektor kesehatan, jumlah korban jiwa sudah mencapai jutaan penduduk di seluruh dunia. Korban jiwa akibat pandemi yang

sudah mencapai lebih dari dua juta kematian menyebabkan permasalahan di beberapa sektor baik perekonomian, pendidikan, kesehatan dan beberapa sektor lainnya [2]. Dampak yang terjadi di beberapa sektor telah membuat beberapa negara di dunia memberlakukan langkah-langkah pencegahan dengan harapan dapat mengurangi penularan virus ini.

Sosial distancing menjadi langkah yang digunakan oleh beberapa negara untuk memutus penularan virus [3]–[5]. Penggunaan social distancing di beberapa negara diatur dalam ketentuan yang berbeda tergantung kebijakan yang ditempuh oleh pemerintahan negara tersebut [6]. WHO dalam website resminya menganjurkan aturan social distancing sejauh satu meter. Selain anjuran dari WHO, dukungan pemerintah di masing-masing negara diwujudkan dalam bentuk peraturan pemerintah seperti penutupan ruang kerja, pembatasan perjalanan di dalam negeri, pembatasan jumlah penumpang dalam transportasi umum secara signifikan meningkatkan jarak social distancing [7]. Social distancing mayoritas dipilih di negara-negara duni sebagai langkah untuk mencegah penularan COVID-19 karena social distancing tidak memerlukan persyaratan yang khusus untuk dapat menetapkan peraturan tersebut [4], [8]. Dengan menerapkan social distancing maka dapat mengurangi penularan COVID-19 [9]–[11]. Social distancing memiliki kelebihan dan kelemahan. Kelebihan dari social distancing antara lain adalah dapat mengurangi resiko penularan COVID-19 [10], [11], mengurangi polusi udara, dan meningkatkan efisiensi. Akan tetapi social distancing selain memiliki kelebihan, juga memiliki efek negatif antara lain munculnya perasaan terasing [12] dan membuat orang menjadi kecanduan di dalam penggunaan internet [13]. Pada bulan maret tahun 2020,

penggunaan internet meningkat 50% - 70% serta streaming mencapai 12% [14]. Prosentase penggunaan internet selama pandemi diyakini akan terus mengalami peningkatan apalagi dengan adanya program work from home (WFH). WFH membuat mayoritas warga dunia mengerjakan beberapa pekerjaan kantor di rumah masing-masing. Tidak hanya untuk lingkungan perkantoran akan tetapi dunia pendidikanpun menerapkan kegiatan belajar mengajar secara online. Beralihnya metode pembelajaran dari metode tradisional menjadi metode pembelajaran modern atau secara online menjadi tantangan tersendiri bagi negara-negara dunia. Peralihan metode pembelajaran mengharuskan guru dan siswa untuk segera beradaptasi dengan platform komunikasi online. Beberapa platform komunikasi secara online yang biasanya digunakan saat ini adalah zoom, google classroom, skype, dan lainnya [15]. Peningkatan pemahaman siswa selama pandemi dapat ditingkatkan melalui media atau platform seperti youtube, faebook, twitter ataupun media lainnya. Berdasarkan data dari www.wearesocial.com, media Youtube menjadi media yang paling sering dikunjungi oleh pengguna internet didunia setelah google. Media sosial lainnya terdapat facebook, twitter, instagram dan media lainnya.

Tahun 2005 sampai dengan saat ini, Youtube merupakan media untuk mempromosikan bisnis, media pembelajaran, dan juga dapat berfungsi sebagai media. Kemudahan mengakses youtube dan tampilan yang mudah

digunakan bagi sebagian besar orang didunia menjadikan youtube menjadi media yang paling diminati sampai dengan saat ini [16], lebih dari 10 hingga 20 juta video yang di upload ke dalam Youtube untuk setiap menitnya [17]. Tan & Pearce (2011) dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa video youtube dapat meningkatkan pemahaman siswa terkait dengan konten tertentu. Moghavvemi et al., (2018) dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa Youtube dapat meningkatkan pengalaman belajar apabila konten yang ditampilkan dalam video youtube tersebut relevan dengan subjek yang sedang dibahas. Selain dapat meningkatkan proses pembelajaran, Torres-Ramírez et al., (2014) dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa video yang diupload ke dalam media sosial dapat memungkinkan adanya umpan balik dari siswa. Akan tetapi Manca & Ranieri, (2016) dalam penelitian mereka menghasilkan suatu kesimpulan kalau akademisi tidak tertarik untuk mengaplikasikan penggunaan media sosial untuk aktivitas mereka. Berdasarkan hal tersebut maka rumusan masalah yang muncul adalah apakah media sosial Youtube efektif sebagai *platform* pembelajaran?

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan data sekunder. Data sekunder didapatkan melalui penelusuran dan pengumpulan literatur yang memiliki kesesuaian dengan topik penelitian. Data yang sudah terkumpul kemudian ditelaah, direduksi dan diambil kesimpulan [22]

3. HASIL

Youtube bagi dunia internasional telah menjadi platform *audiovisual* yang mendapatkan pengakuan oleh masyarakat di dunia, selain itu

platform ini dapat menjadi platform media pembelajaran informal di sebagian besar kalangan anak muda di dunia [23]. Dengan adanya media sosial maka tidak ada lagi batasan dalam melakukan komunikasi dengan berbagai individu yang ada di seluruh dunia [24]. Penggunaan media sosial seperti youtube tidak terlepas dari perkembangan ketersediaan internet. Bardesi, (2016) dalam penelitian yang dilakukan menyimpulkan perkembangan penggunaan internet dipengaruhi oleh tingkat pendidikan, jumlah pelanggan seluler, jumlah sambungan telepon tidak bergerak dan tingkat pekerjaan. Akar, (2015) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa peningkatan penggunaan internet disebabkan karena adanya kebutuhan pembelajaran, kebutuhan pengembangan, kebutuhan sosialisasi, alasan psikologis, dan pencarian hiburan. Di tahun 2020, Badan Pusat statistik (BPS) Indonesia mengeluarkan hasil Survey Ekonomi Nasional dan Pendataan Potensi Desa. Berdasarkan data dari BPS, selama 5 tahun 2015-2019, pengguna rumah tangga yang menggunakan TIK setiap tahun mengalami peningkatan. Berikut ini adalah perkembangan Indikator TIK di Indonesia dari tahun 2015-2019

Tabel 1. Perkembangan TIK di Indonesia 2015-2019 (dalam %)

Information	2015	2016	2017	2018	2019
Individuals who own mobile cellular Telephone	56.92	58.30	59.59	62.41	63.53

Households with Internet Access	41.	47.	57.	66.	73.
Individuals who used the Internet	21.	25.	32.	39.	47.
Household with a Computer	98	22	33	62	75
Household with fixed Line Telephone	18.	19.	19.	20.	18.
	71	14	11	05	78
	4.0	3.4	3.2	2.6	2.0
	1	9	3	1	9

Sumber: Badan Pusat Statistik - Survey Ekonomi Nasional dan Pendataan Potensi Desa

Indikator – indikator yang terdapat pada tabel 1 menunjukkan keterkaitan satu dengan yang lainnya akan tetapi untuk telepon tetap kabel yang digunakan oleh rumah tangga jumlahnya mengalami penurunan sejak tahun 2015. Turunnya pemakaian telepon tetap kabel setiap tahunnya dibandingkan dengan telepon selular menunjukkan adanya perubahan gaya hidup penduduk di Indonesia dan keunggulan dari telepon selular. Ketersediaan platform media sosial merupakan daya tarik bagi pengguna telepon selular untuk berpindah dari telepon tetap [27]. Penelitian yang dilakukan oleh Gowthami & Venkatakrishnakumar, (2016) menunjukkan bahwa dengan adanya smartphone, pengguna akan mendapatkan manfaat yang maksimal dalam hal pendidikan, hiburan, kehidupan sosial dan lain sebagainya. Dengan adanya keunggulan penggunaan telepon selular dibandingkan dengan telepon tetap kabel maka akan membuat masyarakat Indonesia tertarik untuk menggunakannya. Perilaku individu untuk mencari media yang memberikan manfaat dan kepuasan tertinggi merupakan dasar dari *Uses and Gratification Theory* [29]. Pertumbuhan penggunaan internet dan telepon selular tidak dapat dipisahkan dengan komputer. Tahun 2015-tahun 2019 di tabel 2 terjadi peningkatan penggunaan komputer baik di tingkat perkotaan maupun perdesaan.

Tabel 2. Kepemilikan/Penguasaan Perangkat Komputer Berdasarkan klasifikasi wilayah untuk tahun 2012-2019 (dalam %)

<i>Information</i>	2015	2016	2017	2018	2019
<i>Urban</i>	28	28	27	28	26
	.6	.5	.8	.4	.1
	1	5	8	3	1
<i>Rural Area</i>	8.	9.	9.	9.	9.
	74	24	18	93	45
<i>Rural Area + Urban</i>	18	19	19	20	18
	.7	.1	.1	.0	.7
	1	4	1	5	8

Sumber: Badan Pusat Statistik - Survey Ekonomi Nasional dan Pendataan Potensi Desa

Komputer tidak hanya digunakan sebagai media pengolahan basis data tetapi komputer juga dapat digunakan sebagai alat multimedia yang tidak jauh berbeda dengan fungsi telepon selular. Perkembangan teknologi informasi ini tentu dapat membantu masyarakat terutama dalam memenuhi kebutuhan informasi yang mereka perlukan. Salah satu media penunjang untuk mendapatkan informasi adalah media sosial. Selain digunakan sebagai media komunikasi antar pengguna, media sosial berfungsi untuk menyampaikan suatu informasi.

Pemanfaatan media sosial tidak terlepas dari kebutuhan penggunaan internet. Pengguna dari kalangan rumah tangga yang mengakses internet dari tahun 2015-2019 di Indonesia mengalami peningkatan. Berikut ini adalah Rumah Tangga yang Mengakses Internet di Indonesia dari tahun 2015-2019 dalam presentase

Tabel 3. Rumah Tangga yang Mengakses Internet di Indonesia 2015-2019 (dalam %)

Tahun	Households Accessing the Internet
2015	41.98
2016	47.22
2017	57.33
2018	66.22
2019	73.75

Sumber: Badan Pusat Statistik - Survey Ekonomi Nasional dan Pendataan Potensi Desa

Berdasarkan tabel 3, terjadi peningkatan sebesar 7.53% dibandingkan tahun 2018. Apabila dilihat dari jenis kelamin, laki-laki menjadi pengguna yang paling banyak menggunakan internet dan jika dilihat dari lokasi pemukiman internet, lingkungan perkotaan menjadi lingkungan yang paling mendominasi penggunaan internet di Indonesia. Tabel berikut ini adalah tabel yang dapat menggambarkan persentase penggunaan internet berdasarkan jenis kelamin dan klasifikasi area untuk periode 2015-2019

Tabel 4. Penggunaan Internet menurut Jenis Kelamin dan Klasifikasi Wilayah, 2015-2019 (dalam %)

Tahun	Laki - Laki	Perempuan	Perkotaan	Pedesaan
2015	54.90	45.10	73.67	26.33
2016	53.80	46.20	72.77	27.23
2017	53.52	46.48	71.15	28.85
2018	53.17	46.83	69.91	30.09
2019	53.13	46.87	68.75	31.25

Sumber: Badan Pusat Statistik - Survey Ekonomi Nasional dan Pendataan Potensi Desa

Jika diklasifikasikan berdasarkan kategori umur, maka berikut ini adalah persentase penggunaan internet berdasarkan kategori umur pengguna

Tabel 5. Penduduk berusia lima tahun keatas yang telah mengakses internet dalam tiga bulan terakhir berdasarkan umur (dalam %)

Usia (Tahun)	Persentase
5-12	7.93%
13-15	7,86%
16-18	9,66%
19-24	18,72%
24-49	48.33%
>50	7,51%

Sumber: Badan Pusat Statistik - Survey Ekonomi Nasional dan Pendataan Potensi Desa

Pengguna yang berusia antara 24-49 tahun menjadi pengguna yang paling banyak menggunakan internet yang mencapai 48.33%. *We Are Social* melaporkan bahwa sejak tahun 2015 hingga tahun 2019, pengguna internet dan pengguna aktif media sosial mengalami peningkatan. Berikut ini adalah perkembangan data digital di Indonesia

Tabel 6. Data digital di Indonesia 2015-2019 (dalam Juta)

Tahun	Populasi	Pengguna Internet	Pengguna aktif sosial media
2015	255.5	72.7	72
2016	259.1	88.1	79
2017	262	132	106
2018	265.4	132.7	130
2019	268.2	150	150
2020	272.1	175.4	160

Sumber: *We Are Social*

Angkat yang terdapat pada tabel 6 akan berfluktuasi tergantung dari perkembangan teknologi informasi dan jumlah penduduk. Tahun 2017- tahun 2019 pengguna media sosial terutama Youtube di Indonesia mengalami peningkatan dibandingkan dengan media sosial lainnya. Berikut ini adalah persentase penggunaan Media Sosial di Indonesia.

Tabel 7. Persentase Penggunaan Media

Sosial di Indonesia

Media Sosial	2017	2018	2019
Facebook	48%	41%	81%
Youtube	49%	43%	88%
Twitter	38%	27%	52%
Instagram	39%	38%	80%

Sumber: *We Are Social*, 2017-2019

Peningkatan jumlah pengguna komputer dan internet di Indonesia tidak terlepas dari ketersediaan sinyal. Berikut ini adalah perkembangan kualitas sinyal yang ada di Indonesia untuk tahun 2018 dan 2019

Tabel 8. Kekuatan Penerima Sinyal Telepon Seluler 2018 dan 2019

Tahun	Kekuatan Penerima Sinyal Telepon Seluler		
	Kuat	Lemah	Tidak Ada Sinyal
2018	55.575	21.597	6.759
2019	58.194 (69,33%)	19.771 (23,56%)	58.194 (7,11%)

Sumber: Badan Pusat Statistik, Pendataan Potensi Desa

Pada tabel 7 menjelaskan bahwa tahun 2017-tahun 2019 media yang paling banyak digunakan dengan tingkat persentase pengguna yang meningkat adalah Youtube. Menurut *we are social*, 47% orang indonesia mengakses youtube rata-rata 30 menit untuk setiap harinya selain itu jumlah orang yang menonton konten video melalui Youtube untuk kategori entertainment dapat mencapai 9 Milliar penonton, hal ini menunjukkan bahwa youtube menjadi salah satu media favorit karena platform ini diakses oleh mayoritas masyarakat Indonesia. Berikut ini adalah chanel youtube yang paling banyak dilihat oleh orang Indonesia:

Tabel 9. Chanel Youtube

No	Username	Kategori	Video Views
1	RCTI-Layar Drama Indonesia	Entertainment	9.531.635.390

2	Indosiar	Entertainment	8.553.393.345
3	Trans7 Official	Entertainment	8.419.478.700
4	Trans TV Official	Entertainment	7.075.950.922
5	Surya Citra Televisi (SCTV)	Entertainment	6.357.540.155
6	Babybus-Cerita & Lagu Anak-anak	Education	6.245.068.019
7	MNCTV Official	Entertainment	6.136.842.163
8	KOMPASTV	News	5.197.434.210
9	Zuni and Family	People	4.254.612.346
10	CumiCumi	Entertainment	2.960.864.179

Sumber: *Socialblade.com*

Berdasarkan data dari tabel 9 yang diambil pada tanggal 15 Februari 2021 menunjukkan bahwa mayoritas pengguna youtube di Indonesia paling banyak menonton RCTI-Layar Drama Indonesia

4. PEMBAHASAN

Pengguna Media Sosial di Indonesia mayoritas menggunakan Youtube dibandingkan dengan media sosial yang lain. Banyaknya pengguna youtube di Indonesia didukung dengan kekuatan sinyal telepon seluler hal ini dapat terlihat dari tabel 8, terjadi peningkatan kekuatan sinyal dari 66,22% menjadi 69,33%, kemudian untuk sinyal yang lemah terjadi penurunan dari 25,73% menjadi 23,56% sedangkan daerah yang tidak terdapat sinyal juga telah mengalami penurunan dari 8,05% menjadi 7,11%. Kualitas sinyal menjadi salah satu faktor peningkatan pengguna media sosial di Indonesia terutama youtube. Selain sinyal ada beberapa faktor yang membuat youtube digemari oleh mayoritas pengguna internet di Indonesia antara lain

[30], [31]:

1. Mayoritas penduduk indonesia menggunakan youtube sebagai media untuk istirahat dan relaksasi serta sebagai media untuk menginformasikan kepada penonton apa saja yang diinginkan.
2. Youtube dapat diakses kapan saja sesuai dengan keinginan pengguna
3. Youtube memberikan kesempatan untuk para pengguna untuk dapat meningkatkan keterampilan yang dimilikinya
4. Youtube dapat membantu penggunanya untuk mempelajari keterampilan baru.
5. Youtube dapat menjadi media untuk meningkatkan hubungan dengan konsumen.

Beberapa manfaat yang diperoleh dari youtube maka menjadi daya tarik bagi pengguna internet untuk menggunakan dan mencoba membuat konten youtube. Hal ini sejalan dengan penggunaan teori *uses and gratification theory*. *Uses and gratification theory* menjelaskan bahwa dasar dari penggunaan teori tersebut adalah seseorang akan berusaha untuk membandingkan beberapa media dengan media yang lain dan akan menetapkan media yang dapat memberikan kepuasan dan manfaat tertinggi bagi kebutuhan mereka [29]. DeWitt et al (2013) dalam hasil penelitiannya menyebutkan bahwa youtube dapat menjadi media untuk meningkatkan pembelajaran dan pemahaman. Penggunaan multimedia seperti video dapat meningkatkan efektifitas aktivitas pembelajaran [34], [35] karena peserta didik mampu untuk melihat dan mendengarkan kapan saja yang mereka inginkan [20], [33]. Keuntungan lainnya dari adanya youtube sebagai media pembelajaran adalah pengguna internet dapat mengunduh video-video yang ditampilkan di youtube [33]. Adanya kolom komentar dan fitur bagikan pada youtube membuat youtube menjadi media sosial yang interaktif. Penelitian

yang dilakukan oleh Alon & Herath, (2014) melaporkan bahwa dengan diintegrasikannya youtube ke dalam pembelajaran maka hal ini akan meningkatkan antusias siswa dalam memahami materi pembelajaran yang diberikan. Selain itu Youtube memberikan kesempatan kepada para penggunanya untuk dapat live youtube ataupun mengupload video pembelajaran. Agar lebih menarik ada beberapa kriteria yang diperlukan oleh youtuber sebelum membuat konten youtube antara lain [30]:

1. Konten Youtube yang dibuat adalah konten yang otentik
2. Konten yang ditayangkan pada youtube adalah konten yang menginspirasi dan memotivasi penonton untuk mempelajari keterampilan yang baru
3. Konten yang dihasilkan adalah konten yang dapat meningkatkan hubungan antar komunitas
4. Konten Youtube yang dibuat adalah konten yang menarik dan menghibur.

Pembuatan video interaktif dengan menggunakan youtube dapat dilakukan dengan mudah cukup dengan mempunyai komputer atau smartphone dan ketersediaan jaringan internet. Smartphone dan internet menjadi faktor penting didalam pembuatan konten video di youtube.

5. KESIMPULAN

Youtube adalah media sosial yang populer di dunia dan memiliki beberapa manfaat untuk berbagai macam kepentingan seperti promosi, pendidikan, entertainment, news, dan kepentingan lainnya. Negara dengan pengguna

Youtube terbanyak di dunia salah satunya adalah Indonesia. Membaiknya perkembangan infrastruktur telekomunikasi menjadi salah satu faktor yang membuat pengguna internet di Indonesia meningkat. Pengguna Youtube di Indonesia didominasi oleh penduduk yang berusia 24 sampai 49 tahun. Hal ini didasari dengan membaiknya perkembangan infrastruktur telekomunikasi di Indonesia, meningkatnya pemakai media sosial di Indonesia, serta 75% pengguna media sosial mengakses youtube melalui telepon selular merupakan faktor yang relevan bagi youtube sebagai salah satu media sosial untuk keperluan media pembelajaran. Konten youtube yang kreatif, menarik, interaktif, dan inovatif menjadi faktor yang dapat menunjang kegiatan pembelajaran. DeWitt et al., (2013); Torres-Ramírez et al., (2014); Tugrul, (2012) dalam penelitian mereka menyimpulkan bahwa dengan berbagai keunggulan yang dimiliki, Youtube merupakan media yang dapat meningkatkan pemahaman siswa. Bahkan dalam pendidikan perawatan, hasil penelitian yang dilakukan oleh Clifton & Mann, (2011) penggunaan Youtube untuk meningkatkan perhatian siswa dalam pengajaran prosedur perawatan lebih menarik perhatian siswa karena tampilan audio visualnya. Oleh karena itu penggunaan youtube sebagai media pembelajaran tambahan [36], [39] di Indonesia menjadi langkah yang tepat dalam kegiatan pendidikan di Indonesia di saat kondisi pandemi COVID 19 belum selesai.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] O. Király *et al.*, “Preventing problematic internet use during the COVID-19 pandemic: Consensus guidance,” *Compr. Psychiatry*, vol. 100, pp. 1–4, 2020, doi: 10.1016/j.comppsy.2020.152180.
- [2] Y. Gautam, “Transfer Learning for COVID-19 cases and deaths forecast using LSTM network,” *ISA Trans.*, no. xxxx, 2021, doi: 10.1016/j.isatra.2020.12.057.
- [3] F. Neil M *et al.*, “Impact of non-pharmaceutical interventions (NPIs) to reduce COVID-19 mortality and healthcare demand,” *Imp. Coll. COVID-19 Response Team*, no. March, 2020, doi: <https://doi.org/10.25561/77482>.
- [4] A. Wilder-Smith and D. O. Freedman, “Isolation, quarantine, social distancing and community containment: Pivotal role for old-style public health measures in the novel coronavirus (2019-nCoV) outbreak,” *J. Travel Med.*, vol. 27, no. 2, pp. 1–4, 2020, doi: 10.1093/jtm/taaa020.
- [5] R. M. Anderson, H. Heesterbeek, D. Klinkenberg, and T. D. Hollingsworth, “How will country-based mitigation measures influence the course of the COVID-19 epidemic?,” *Lancet*, vol. 395, no. 10228, pp. 931–934, 2020, doi: 10.1016/S0140-6736(20)30567-5.
- [6] Y. Wang, “Government policies, national culture and social distancing during the first wave of the COVID-19 pandemic: International evidence,” *Saf. Sci.*, vol. 135, no. December 2020, p. 105138, 2021, doi: 10.1016/j.ssci.2020.105138.
- [7] H. Morita, H. Kato, and Y. Hayashi, “International Comparison of Behavior Changes with Social Distancing Policies in Response to COVID-19,” *SSRN Electron. J.*, 2020, doi: 10.2139/ssrn.3594035.
- [8] M. Greenstone and V. Nigam, “Does Social Distancing Matter?,” *SSRN Electron. J.*, 2020, doi: 10.2139/ssrn.3561244.
- [9] A. Pan *et al.*, “Association of Public Health Interventions with the Epidemiology of the COVID-19 Outbreak in Wuhan, China,” *JAMA - J. Am. Med. Assoc.*, vol. 323, no. 19, pp. 1915–1923, 2020, doi: 10.1001/jama.2020.6130.

- [10] S. Islam, R. Islam, F. Mannan, S. Rahman, and T. Islam, "COVID-19 pandemic: An analysis of the healthcare, social and economic challenges in Bangladesh," *Prog. Disaster Sci.*, vol. 8, 2020, doi: 10.1016/j.pdisas.2020.100135.
- [11] B. J. Cowling *et al.*, "Impact assessment of non-pharmaceutical interventions against coronavirus disease 2019 and influenza in Hong Kong: an observational study," *Lancet Public Heal.*, vol. 5, no. 5, pp. e279–e288, 2020, doi: 10.1016/S2468-2667(20)30090-6.
- [12] Y. Zhu, L. Zhang, X. Zhou, C. Li, and D. Yang, "The impact of social distancing during COVID-19: A conditional process model of negative emotions, alienation, affective disorders, and post-traumatic stress disorder," *J. Affect. Disord.*, vol. 281, no. 2, pp. 131–137, 2021, doi: 10.1016/j.jad.2020.12.004.
- [13] M. S. Islam *et al.*, "Problematic internet use among young and adult population in Bangladesh: Correlates with lifestyle and online activities during the COVID-19 pandemic," *Addict. Behav. Reports*, vol. 12, no. October, p. 100311, 2020, doi: 10.1016/j.abrep.2020.100311.
- [14] M. Beech, "COVID-19 Pushes Up Internet Use 70% And Streaming More Than 12%, First Figures Reveal," *Forbes*, 2020. <https://www.forbes.com/sites/markbeech/2020/03/25/covid-19-pushes-up-internet-use-70-streaming-more-than-12-first-figures-reveal/?sh=4990636d3104> (accessed Jan. 28, 2021).
- [15] L. Mishra, T. Gupta, and A. Shree, "Online teaching-learning in higher education during lockdown period of COVID-19 pandemic," *Int. J. Educ. Res. Open*, vol. 1, no. June, p. 100012, 2020, doi: 10.1016/j.ijedro.2020.100012.
- [16] N. A. Buzzetto-More, "An Examination of Undergraduate Student's Perceptions and Predilections of the Use of YouTube in the Teaching and Learning Process," *Interdiscip. J. e-Skills Lifelong Learn.*, vol. 10, no. January, pp. 017–032, 2014, doi: 10.28945/1965.
- [17] A. M. Kaplan and M. Haenlein, "Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media," *Bus. Horiz.*, vol. 53, no. 1, pp. 59–68, 2010, doi: 10.1016/j.bushor.2009.09.003.
- [18] E. Tan and N. Pearce, "Open education videos in the classroom: Exploring the opportunities and barriers to the use of YouTube in teaching introductory sociology," *ALT-J Res. Learn. Technol.*, vol. 19, no. SUPPL.1, pp. 125–133, 2011, doi: 10.3402/rlt.v19s1/7783.
- [19] S. Moghavvemi, A. Sulaiman, N. I. Jaafar, and N. Kasem, "Social media as a complementary learning tool for teaching and learning: The case of youtube," *Int. J. Manag. Educ.*, vol. 16, no. 1, pp. 37–42, 2018, doi: 10.1016/j.ijme.2017.12.001.
- [20] M. Torres-Ramírez, B. García-Domingo, J. Aguilera, and J. De La Casa, "Video-sharing educational tool applied to the teaching in renewable energy subjects," *Comput. Educ.*, vol. 73, pp. 160–177, 2014, doi: 10.1016/j.compedu.2013.12.014.
- [21] S. Manca and M. Ranieri, "Facebook and the others. Potentials and obstacles of Social Media for teaching in higher education," *Comput. Educ.*, vol. 95, pp. 216–230, 2016, doi: 10.1016/j.compedu.2016.01.012.
- [22] L. Karimi, R. Khodabandelou, M. Ehsani, and M. Ahmad, "Applying the Uses and Gratifications Theory to Compare Higher Education Students' Motivation for Using Social Networking Sites: Experiences from Iran, Malaysia, United Kingdom, and

- South Africa,” *Contemp. Educ. Technol.*, vol. 5, no. 1, pp. 53–72, 2020, doi: 10.30935/cedtech/6115.
- [23] A. Vizcaíno-Verdú, P. Contreras-Pulido, and M. D. Guzmán-Franco, “Reading and informal learning trends on YouTube: The booktuber,” *Comunicar*, vol. 27, no. 59, pp. 93–101, 2019, doi: 10.3916/C59-2019-09.
- [24] D. L. Williams, V. L. Crittenden, T. Keo, and P. Mccarty, “The use of social media: An exploratory study of usage among digital natives,” *J. Public Aff.*, vol. 12, no. 2, pp. 127–136, 2012, doi: 10.1002/pa.1414.
- [25] H. J. Bardesi, “Factors Affecting Demand for Internet Access in Saudi Arabia,” *Eurasian J. Bus. Manag.*, vol. 4, no. 3, pp. 29–38, 2016, doi: 10.15604/ejbm.2016.04.03.003.
- [26] F. Akar, “Ergenlerin aşırı internet kullanım amaçları, Nedenleri ve sonuçları,” *Egit. Arastirmalari - Eurasian J. Educ. Res.*, no. 60, pp. 35–56, 2015, doi: 10.14689/ejer.2015.60.3.
- [27] M. K. Rather and S. A. Rather, “Impact of smartphones on young generation,” *Libr. Philos. Pract.*, vol. 2019, 2019.
- [28] S. Gowthami and S. Venkatakrishnakumar, “Impact of Smartphone : A pilot study on positive and negative effects,” *Int. J. Sci. Eng. Appl. Sci.*, vol. 3, no. 2, pp. 2395–3470, 2016, [Online]. Available: www.ijseas.com.
- [29] R. W. Lariscy, S. F. Tinkham, and K. D. Sweetser, “Kids these days: Examining differences in political uses and gratifications, internet political participation, political information efficacy, and cynicism on the basis of age,” *Am. Behav. Sci.*, vol. 55, no. 6, pp. 749–764, 2011, doi: 10.1177/0002764211398091.
- [30] A. Cheah, “Beyond the numbers: How YouTube shapes people’s lives in Thailand, Indonesia,” 2017. <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/en-apac/marketing-strategies/video/beyond-numbers-youtube-shapes-lives-thailand-indonesia/> (accessed Feb. 15, 2021).
- [31] C. Pappas, “8 Important Reasons Why YouTube Should Be Part Of Your eLearning Course,” *elearning industry*, 2015. <https://elearningindustry.com/8-important-reasons-youtube-part-elearning-course> (accessed Feb. 16, 2021).
- [32] W. Abdulrahman Almurashi, “The Effective Use of Youtube Videos for Teaching English,” *Int. J. English Lang. Linguist. Res.*, vol. 4, no. 3, pp. 32–47, 2016, [Online]. Available: <http://www.eajournals.org/wp-content/uploads/The-Effective-Use-of-Youtube-Videos-for-Teaching-English-Language-in-Classrooms-as-Supplementary-Material-at-Taibah-University-in-Alula.pdf>.
- [33] D. DeWitt, N. Alias, S. Siraj, M. Y. Yaakub, J. Ayob, and R. Ishak, “The Potential of Youtube for Teaching and Learning in the Performing Arts,” *Procedia - Soc. Behav. Sci.*, vol. 103, pp. 1118–1126, 2013, doi: 10.1016/j.sbspro.2013.10.439.
- [34] C. Zahn, R. Pea, F. W. Hesse, and J. Rosen, *Comparing simple and advanced video tools as supports for complex collaborative design processes*, vol. 19, no. 3. 2010.
- [35] O. A. Ogirima, J. J. Tolulope, and S. J. Temitope, “Future Teachers’ Perception towards the Use of YouTube for Teaching- Learning Activities in Nigerian Basic Schools,” vol. 8, no. 1, pp. 81–95, 2021, doi: 10.53400/mimbar-sd.v8i1.31378.
- [36] I. Alon and R. K. Herath, “Teaching International Business via Social Media Projects,” *J. Teach. Int. Bus.*, vol. 25, no. 1, pp. 44–59, 2014, doi: 10.1080/08975930.2013.847814.
- [37] T. O. Tugrul, “Student Perceptions of an Educational Technology Tool:

-
- Video Recordings of Project Presentations,”
Procedia - Soc. Behav. Sci., vol. 64, pp.
133–140, 2012, doi:
10.1016/j.sbspro.2012.11.016.
- [38] A. Clifton and C. Mann, “Can YouTube
enhance student nurse learning?,” *Nurse
Educ. Today*, vol. 31, no. 4, pp. 311–313,
2011, doi: 10.1016/j.nedt.2010.10.004.
- [39] I. Duncan, L. Yarwood-Ross, and C. Haigh,
“YouTube as a source of clinical skills
education,” *Nurse Educ. Today*, vol. 33, no.
12, pp. 1576–1580, 2013, doi:
10.1016/j.nedt.2012.12.013.