

Abstract

Pada akhir tahun 2018, pemerintah Australia secara tiba-tiba memutuskan untuk memindahkan pengungsi terutama pengungsi anak-anak dan pengungsi yang membutuhkan perawatan medis dari pusat detensi Nauru setelah selama enam tahun menyangkal fakta bahwa para pengungsi telah mendapatkan perlakuan yang tidak manusiawi selama berada di pusat detensi. Skripsi ini berargumen bahwa kampanye #KidsOffNauru adalah penggerak dibalik meningkatnya kesadaran publik Australia yang dipercaya memainkan peranan penting dalam berubahnya kebijakan pemerintah Australia terhadap pengungsi. Cerita sukses dibalik kampanye ini akan dijelaskan dengan melakukan analisis terhadap strategi *timing*, *framing* dan *tipping* yang dipaparkan oleh Snow dan Benford serta Lisa Baldez. Hasil dari riset ini menunjukkan bahwa strategi *timing*, *framing* dan *tipping* dari kampanye #KidsOffNauru telah terbukti memainkan peranan penting dalam meningkatkan kesadaran publik Australia terhadap isu pengungsi. Telah ditemukan bahwa ketiga strategi kampanye tersebut tidak dapat dipisahkan dari satu sama lain dan telah memenuhi hal-hal yang Lisa Baldez dan Snow & Benford tentukan sebagai komponen dari *tipping*, *framing* dan *tipping* strategi. Terakhir, skripsi ini mengidentifikasi bahwa emosi yang disebabkan oleh kejutan moral merupakan bagian penting dari strategi *framing* #KidsOffNauru.

At the end of 2018, the Australian government all of sudden decided to transfer the refugee, especially the children and those who require medical treatment, off Nauru detention center after six years of denying the fact that the refugees had been receiving inhumane treatment in the detention center. The paper argues that the #KidsOffNauru campaign was the driving force behind the increase of Australian public awareness which played a pivotal role in shifting Australian government policy on refugee. The success story behind the campaign will be explained by analyzing the timing, framing, tipping strategies presented by Snow & Benford and Lisa Baldez. The result of the research shows that the timing, framing, and tipping strategies of #KidsOffNauru had been proven of playing a crucial role in increasing Australian public awareness on refugee issues. It is found that those three campaign strategies are inseparable to each other and have fulfilled what Lisa Baldez and Snow & Benford considered as timing, framing and tipping



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

PagarKidsOffNauru: A Campaign That Increased Australian Public Awareness on Refugee Issues
DILLA MAHARTINA P, Drs. Muhadi Sugiono, MA
Universitas Gadjah Mada, 2020 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

strategies components. Last but not least, the thesis also identifies that emotions caused by moral shock have been a very integral part of the framing strategy of #KidsOffNauru.

Kata kunci : Australia's Refugee Policy, Refugee, Children Refugee, Nauru Detention Center, Social Movement, Global Politics and Security