

ABSTRAK

Penelitian yang berjudul “Wacana Persuasif Pidato Jokowi pada Kampanye PILPRES 2014: Analisis Wacana Kritis” bertujuan mendeskripsikan wacana yang dibangun Jokowi dalam pidato kampanyenya untuk mendapatkan dukungan masyarakat. Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini sesuai dengan tiga dimensi analisis teori Van Dijk yaitu tekstual, kognisi sosial dan analisis sosial. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Data diambil dari *Youtube* dengan menggunakan teknik simak dan catat.

Hasil penelitian menunjukkan pidato Jokowi tidak semata-mata dibentuk oleh dirinya sendiri namun terdapat banyak faktor yang mempengaruhinya untuk menampilkan citra positif Jokowi, guna mempersuasi masyarakat pada saat kampanye. Faktor tersebut dimulai dari tim konsultan kampanye Jokowi, tim sukses penyusun pidato hingga kekuasaan yang ditunjukkan oleh partai politiknya untuk menguasai media dan menarik perhatian masyarakat kecil.

Kata kunci: wacana persuasif, pidato Jokowi, kampanye, analisis wacana kritis