**ABSTRAK**

**Pedriwati**. 2022. “Variasi Sosial dalam Komunikasi Penjual dan Pembeli di Pasar Wage Bumiayu”. Program Studi Pendidikan Bahasa Indonesia, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Peradaban. Dosen Pembimbing: Ririn Setyorini, M. Pd.

**Kata Kunci : variasi sosial, komunikasi.**

Penelitian ini bertujuan mengetahui, mendeskripsikan, dan menganalisis (1) variasi sosial dalam komunikasi penjual dan pembeli di Pasar Wage Bumiayu, (2) faktor sosial yang mempengaruhi variasi sosial dalam komunikasi penjual dan pembeli di Pasar Wage Bumiayu, dan (3) tindak tutur dalam komunikasi penjual dan pembeli di Pasar Wage Bumiayu. Kemudian, penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan metode deskriptif dengan objek penelitian adalah komunikasi penjual dan pembeli di Pasar Wage Bumiayu. Selanjutnya, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik simak, cakap, rekam, catat, baca, dan dokumentasi dengan teknik analisis data meliputi mencatat dan membandingkan data, mengelompokkan data, mendeskripsikan data, dan menarik kesimpulan. Kemudian, hasil penelitian menunjukkan ditemukannya variasi sosial, faktor sosial, dan tindak tutur dalam komunikasi penjual dan pembeli di Pasar Wage Bumiayu diantaranya (1) variasi sosial dalam komunikasi penjual dan pembeli di Pasar Wage Bumiayu berasal dari bahasa Indonesia, bahasa Jawa, bahasa Sunda, dan bahasa Jawa yang tidak lepas dari dialek Banyumas, kaitannya dengan hal tersebut bahasa Jawa Ngoko sebagai variasi akrolek adalah bahasa Jawa yang paling banyak digunakan, 2) faktor sosial yang mempengaruhi variasi sosial dalam komunikasi penjual dan pembeli di Pasar Wage Bumiayu tidak lepas dari bahasa sapaan yang berbeda, perbedaan tersebut disebabkan oleh faktor sosial seperti umur contohnya kata pak adalah variasi kolokial yang muncul dipengaruhi oleh umur dewasa, dan (3) tindak tutur dalam komunikasi penjual dan pembeli di Pasar Wage Bumiayu selalu mengandung maksud mempengaruhi lawan tutur agar merubah keadaan contohnya pada proses tawar menawar harga, karenanya tindak tutur yang dominan adalah tindak tutur perlokusi.

***ABSTRACT***

***Pedriwati****. 2022. "Social Variations in Seller and Buyer Communication in the Wage Bumiayu Market". Indonesian Education Study Program, Faculty of Teacher Training and Education, Peradaban University. Supervisor: Ririn Setyorini, M. Pd.*

***Keywords : social variations, communication.***

*This study aims to find out, describe, and analyze (1) social variations in the communication of sellers and buyers in the Wage Bumiayu Market, (2) social factors that influence social variations in the communication of sellers and buyers in the Wage Bumiayu Market, and (3) speech acts in the communication of sellers and buyers in the Wage Bumiayu Market. Then, this research is qualitative research with a descriptive method with the object of research is the communication of sellers and buyers in the Wage Bumiayu Market. Furthermore, the data collection techniques used are listening, capable, recording, recording, recording, reading, and documentation techniques with data analysis techniques including recording and comparing data, grouping data, describing data, and drawing conclusions. Then, the results of the study showed the discovery of social variations, social factors, and speech acts in the communication of sellers and buyers in the Wage Bumiayu Market, including (1) social variations in the communication of sellers and buyers in The Wage Bumiayu Market come from Indonesian, Javanese, Sundanese, and Javanese languages that cannot be separated from the Banyumas dialect, related to this Javanese Ngoko as an acrolek variation is the most widely used Javanese language, 2) social factors that affect social variations in the communication of sellers and buyers in Wage Bumiayu Market cannot be separated from different greeting languages, the difference is caused by social factors such as age for example the word pak is a colloquial variation that arises influenced by adulthood, and (3) speech acts in the communication of sellers and buyers in the Wage Bumiayu Market always contain the intention of influencing speech opponents in order to change the situation for example in the price bargaining process, therefore the dominant speech act is a perlocutionary speech act.*