

ABSTRACT

Oktaviani, Ni Wayan Eka (2026). *Language Choice and Politeness Strategies in Bali's Traditional Markets: A Gender-Based Study*. Thesis, English Language Education, Postgraduate Program, Universitas Pendidikan Ganesha.

This thesis has been supervised and approved by Supervisor I: Prof. Dra. Luh Putu Artini, M.A., Ph.D. and Supervisor II: Prof. Dr. Ni Luh Putu Sri Adnyani, S.Pd., M.Hum.

Keywords: language choice, politeness strategies, gender, traditional market, Balinese sociocultural norms

This study aimed to (1) describe how male and female vendors differ in their language choice during transactional interactions in Denpasar traditional markets, (2) describe the positive and negative politeness strategies employed by male and female vendors in market discourse, and (3) describe how these gendered linguistic practices reflect power relations and Balinese sociocultural norms within traditional market settings. This study was a qualitative study with an instrumental case study (Stake, 1995) design conducted at Pasar Badung, Denpasar, Bali, from February to May 2026. A total of 30 participants were involved in this study, comprising 16 vendors (9 female, 7 male) and 14 buyers (7 female, 7 male). The data were collected through semi-structured interviews, participant and non-participant observations, and documentary analysis, and were analyzed using thematic analysis. The findings showed that female vendors predominantly used Balinese in same-gender interactions (62%) to build solidarity and shifted to Bahasa Indonesia when interacting with male buyers (44%) as formality management, while male vendors sustained Balinese with male peers (55%) and used Bahasa Indonesia with female buyers (47%) as accommodation. Code-switching occurred in approximately 12% of interactions with different gendered triggers. Positive politeness was the dominant strategy for both groups but was higher among female vendors (53.3%) than male vendors (37.7%); male vendors used more bald on-record strategies (29.7% versus 11.8%), while female vendors used more negative politeness (25.7%). These linguistic practices reflected gendered power relations, as seen in the asymmetry of interruptions (14% versus 4%), and showed that politeness is understood as a moral obligation rooted in Balinese cultural values such as *menyama braya*, *tat twam asi*, and *sor singgih basa*.

ABSTRAK

Oktaviani, Ni Wayan Eka (2026). *Language Choice and Politeness Strategies in Bali's Traditional Markets: A Gender-Based Study*. Tesis, Pendidikan Bahasa Inggris, Program Pascasarjana, Universitas Pendidikan Ganesha.

Tesis ini sudah disetujui dan diperiksa oleh Pembimbing I: Prof. Dra. Luh Putu Artini, M.A., Ph.D. dan Pembimbing II: Prof. Dr. Ni Luh Putu Sri Adnyani, S.Pd., M.Hum.

Kata kunci: pilihan bahasa, strategi kesantunan, gender, pasar tradisional, norma sosiokultural Bali

Penelitian ini bertujuan untuk (1) mendeskripsikan perbedaan pilihan bahasa antara pedagang laki-laki dan perempuan dalam interaksi transaksional di pasar tradisional Denpasar, (2) mendeskripsikan strategi kesantunan positif dan negatif yang digunakan oleh pedagang laki-laki dan perempuan dalam wacana pasar, serta (3) mendeskripsikan bagaimana praktik kebahasaan yang bergender tersebut merefleksikan relasi kuasa dan norma sosiokultural Bali dalam latar pasar tradisional. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan desain studi kasus instrumental yang dilaksanakan di Pasar Badung, Denpasar, Bali, pada bulan Februari hingga Mei 2026. Sebanyak 30 partisipan terlibat dalam penelitian ini, terdiri atas 16 pedagang (9 perempuan, 7 laki-laki) dan 14 pembeli (7 perempuan, 7 laki-laki). Data dikumpulkan melalui wawancara semi-terstruktur, observasi partisipan dan non-partisipan, serta analisis dokumen, kemudian dianalisis menggunakan analisis tematik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pedagang perempuan lebih dominan menggunakan bahasa Bali dalam interaksi sesama gender (62%) untuk membangun solidaritas dan beralih ke bahasa Indonesia ketika berinteraksi dengan pembeli laki-laki (44%) sebagai pengelolaan formalitas, sedangkan pedagang laki-laki mempertahankan bahasa Bali dengan sesama laki-laki (55%) dan menggunakan bahasa Indonesia dengan pembeli perempuan (47%) sebagai bentuk akomodasi. Alih kode terjadi pada sekitar 12% interaksi dengan pemicu yang berbeda menurut gender. Kesantunan positif merupakan strategi dominan pada kedua kelompok, tetapi lebih tinggi pada pedagang perempuan (53,3%) dibandingkan pedagang laki-laki (37,7%); pedagang laki-laki lebih banyak menggunakan strategi bald on-record (29,7% berbanding 11,8%), sedangkan pedagang perempuan lebih banyak menggunakan kesantunan negatif (25,7%). Praktik kebahasaan tersebut merefleksikan relasi kuasa gender, tampak dari asimetri interupsi (14% berbanding 4%), serta menunjukkan bahwa kesantunan dimaknai sebagai kewajiban moral yang berakar pada nilai budaya Bali seperti menyama braya, tat twam asi, dan sor singgih basa.