

## ABSTRACT

Social factors, one of which is gender, can cause differences in language use. The study aimed to explore how men and women employ interactional markers differently in personal essays. Hyland differentiates interactional markers into hedges, boosters, attitude markers, self-mention, and engagement markers. Data was taken from twenty personal essays, ten from each gender, published in several "*Chicken Soup for the Souls*" series and compiled into two corpora. Corpus linguistics was used at the initial stage to gather interactional markers and their concordance. On the next stage, a quantitative method was carried out to statistically examine the differences in interactional markers used by men and women. Subsequently, qualitative analysis was carried out to elaborate on the linguistic differences between interactional markers used by women and men and their relation to gender roles and gender stereotypes. The result shows that women generally use more interactional markers than men, and only in hedges do men use slightly more markers. In addition, women show more balance in using hedges and boosters. Engagement marker is the least used marker by both genders. In the self-mention category, although men use slightly more first-person plural subject pronouns (*we*) than women, women use the first-person object and possessive pronouns *us* and *our* more, which emphasises their collectivity compared to men in writing personal essays. The distribution and function of interactional markers show that women effectively communicate with their readers. Men on the other side limit themselves to showing too much interaction and focus more on the story. This study has tried to address language differences in less observed discourse; however, further study with bigger data is recommended to see gender-based language differences in personal essays.

***Keywords: interactional markers, personal essays, gender***

## INTISARI

Faktor sosial, salah satunya gender, dapat menimbulkan perbedaan bahasa yang digunakan oleh penutur. Penelitian ini melihat perbedaan penanda interaksi yang digunakan perempuan dan laki-laki dalam jenis teks yang belum dibahas yakni teks esai personal. Sumber data penelitian ini adalah dua puluh esai personal yang diterbitkan dalam beberapa seri buku kumpulan personal esai “*Chicken Soup for the Souls*”. Klasifikasi penanda interaksi Hyland yang membedakan menjadi *hedges*, *boosters*, *attitude markers*, *self-mention*, dan *engagement markers*. Penelitian dilakukan dengan metode kuantitatif dan kualitatif. Metode korpus diterapkan untuk mengolah dan memilah data. Selanjutnya dilakukan penghitungan secara kuantitatif untuk melihat perbedaan secara statistik penggunaan penanda interaksi. Metode kualitatif digunakan untuk menelaah perbedaan penggunaan penanda interaksi dan hubungannya dengan peran serta stereotipe gender. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara umum perempuan menggunakan lebih banyak penanda interaksi. Akan tetapi, laki-laki menggunakan sedikit lebih banyak *hedges*. Perempuan menggunakan *hedges* dan *booster* secara seimbang untuk menyampaikan cerita dalam esai personal. *Engagement marker* merupakan penanda yang paling sedikit digunakan. Pada kategori *self-mention*, laki-laki menggunakan sedikit lebih banyak kata ganti orang kedua jamak (*we*), namun perempuan lebih banyak menggunakan kata ganti *our* dan *us*, sehingga lebih menekankan kolektivitas dibandingkan laki-laki dalam penulisan personal esai. Penggunaan penanda interaksi dalam esai personal menunjukkan bahwa perempuan lebih terbuka dan komunikatif, sedangkan laki-laki masih menunjukkan pembatasan dalam membentuk interaksi dengan pembaca. Meskipun demikian hasil dari penelitian ini masih menunjukkan keterbatasan, untuk itu diharapkan penelitian yang lebih komprehensif dapat dilakukan dengan data yang lebih luas untuk menelisik perbedaan penggunaan bahasa oleh laki-laki dan perempuan dalam konteks esai personal.

Kata kunci: penanda interaksi, esai personal, gender