

KREATIVITI DALAM KALANGAN PENSYARAH ALIRAN SAINS SOSIAL DI
UNIVERSITI TEKNOLOGI MALAYSIA, JOHOR BAHRU:
SATU APLIKASI TEORI IDENTITI PERANAN KREATIF

MOHD HAIRIL FAIZ BIN HANAFIAH

UNIVERSITI TEKNOLOGI MALAYSIA

KREATIVITI DALAM KALANGAN PENSYARAH ALIRAN SAINS SOSIAL
DI UNIVERSITI TEKNOLOGI MALAYSIA, JOHOR BAHRU:
SATU APLIKASI TEORI IDENTITI PERANAN KREATIF

MOHD HAIRIL FAIZ BIN HANAFIAH

Disertasi ini dikemukakan
sebagai memenuhi sebahagian daripada syarat penganugerahan
Ijazah Sarjana Sains (Pembangunan Sumber Manusia)

Fakulti Pengurusan Dan Pembangunan Sumber Manusia
Universiti Teknologi Malaysia

JANUARI 2012

Didedikasikan khas buat **INSAN-INSAN YANG TERISTIMEWA.....**

Ibu bapa yang dihormati dan dicintai,

NORLIAH YUSOF

HANAFIAH SAHARUDDIN

Adik-beradik yang disayangi,

ZAMIRHAIRI

MOHD NORAZZAM

NUR DIYANA

MUHAMMAD ADZHA

Tidak dilupakan juga abang angkat,

ROSLEE ALI

sekeluarga

Terima kasih tidak terhingga atas sokongan, dorongan dan doa kalian yang berterusan

PENGHARGAAN

Alhamdulillah, bersyukur ke hadrat Allah S.W.T kerana dengan limpah dan kurniaNya memberi kekuatan tenaga dan fikiran, serta kelapangan masa dapat saya menyiapkan disertasi yang memberi manfaat kepada saya. Sepanjang dalam tempoh menyediakan disertasi ini, telah banyak pengetahuan dan pengalaman yang telah saya kutip hasil pertemuan dengan individu-individu tertentu yang telah banyak membantu.

Setinggi-tinggi penghargaan dan terima kasih saya ucapkan kepada individu yang menyelia dengan penuh sabar dan dedikasi dalam menyiapkan disertasi ini; Dr. Roziana Binti Shaari. Terima kasih di atas segala tunjuk ajar, bimbingan, nasihat serta motivasi yang diberikan. Tanpa dorongan yang berterusan daripada beliau, disertasi ini mungkin tidak sama seperti yang telah disiapkan kini.

Penghargaan juga ditujukan kepada Dr. Ahmad Jusoh dan Pn. Nor Akmar Nordin yang telah banyak memberi cadangan dan saranan untuk memperoleh hasil kajian yang lebih baik. Seterusnya, ucapan terima kasih diucapkan kepada staf akademik UTM yang terlibat dalam memberi maklum balas terhadap kajian saya ini.

Akhir sekali, terima kasih kepada rakan-rakan yang melontarkan pendapat dan saranan serta individu-individu yang terlibat secara langsung atau tidak langsung dalam membantu saya menjayakan disertasi ini. Kerjasama dan jasa baik anda semua amatlah dihargai dan akan saya kenang selamanya.

ABSTRAK

Kajian ini dilakukan bertujuan untuk mengkaji kreativiti dalam kalangan pensyarah aliran sains sosial di UTMJB berdasarkan aplikasi teori identiti peranan kreatif. Untuk mencapai objektif kajian yang telah ditetapkan, satu set soal selidik telah diadaptasi dan diubahsuai daripada instrumen-instrumen kajian lepas. Soal selidik telah diberikan secara tinggal dan pungut kepada individu tertentu sebagai wakil untuk diedarkan kepada 140 orang responden kajian. Kadar maklum balas yang diterima adalah sebanyak 54 peratus. Data yang diperolehi kemudiannya dianalisis menggunakan Pakej Statistik untuk Sains Sosial (SPSS) versi 18.0. Hasil analisis deskriptif mendapati bahawa tahap identiti peranan kreatif pensyarah sains sosial UTMJB berada pada tahap sederhana tinggi, manakala tahap amalan kreativiti adalah berada pada tahap tinggi. Ujian korelasi Pearson dan regresi berganda menunjukkan bahawa pandangan sendiri merupakan faktor dominan yang mempengaruhi identiti peranan kreatif. Identiti peranan kreatif pula memberi kesan perantara separa secara signifikan terhadap hubungan antara faktor pengaruh identiti peranan kreatif dengan amalan kreativiti yang telah dianalisis menggunakan regresi berhierarki. Ujian regresi berhierarki juga mendapati sokongan pihak organisasi tidak memberi kesan secara signifikan sebagai moderator terhadap hubungan antara identiti peranan kreatif dengan amalan kreativiti. Batasan, implikasi dan cadangan dibincangkan untuk kajian lanjutan dalam bidang kreativiti pada masa hadapan. Kesimpulannya, hasil kajian ini telah menyumbang kepada perkembangan dan pengukuhan teori identiti dan kreativiti.

ABSTRACT

The purpose of this study is to investigate the creativity of social sciences fields' academic staffs of UTMJB based on an application of creative role identity theory. To achieve stated objectives, an adaptation and modified questionnaire from previous studies' instrument were used. The questionnaires are given to designated contact person via drop and collect and then were distributed to 140 respondents. The response rate was 54 percent. The feedback from questionnaire was later analyzed using The Statistical Package for Social Science (SPSS) program version 18.0. The descriptive statistics found that the level of social sciences fields' academic staffs' creative role identity is medium high, while the level of creativity practices among them is high. The Pearson correlation test and multiple regression analysis shows that self-views of creative behaviour is the dominant factor that influence creative role identity. The creative role identity does have a partial mediation significant effect to the relationship between factor that influence creative role identity and creativity practices which was analyzed using a hierarchical regression analysis. The hierarchical regression analysis also then revealed that organizational support does not have a significant moderator effect to the relationship between creative role identity and creativity practices. The limitations, implications and recommendations for practice and future research in creativity are also discussed. In conclusion, findings from this study have contributed to the development and affirmation of theories of identity and creativity.

KANDUNGAN

BAB	PERKARA	MUKA SURAT
	HALAMAN JUDUL	i
	PENGAKUAN	ii
	DEDIKASI	iv
	PENGHARGAAN	v
	ABSTRAK	vi
	ABSTRACT	vii
	KANDUNGAN	viii
	SENARAI JADUAL	xiii
	SENARAI RAJAH	xv
	SENARAI SINGKATAN	xvi
	SENARAI LAMPIRAN	xvii
 BAB I	 PENDAHULUAN	 1
	1.1 Pengenalan	1
	1.2 Latar Belakang Tempat Kajian	5
	1.3 Pernyataan Masalah	7
	1.4 Persoalan Kajian	10
	1.5 Matlamat Kajian	11
	1.6 Objektif Kajian	11
	1.7 Skop Kajian	12
	1.8 Kepentingan Kajian	12
	1.9 Definisi Konseptual	14
	1.9.1 Kreativiti	14

	1.9.2	Identiti Peranan	14
	1.9.3	Identiti Peranan Kreatif	15
	1.9.4	Sokongan Organisasi	15
1.10		Definisi Operasional	16
	1.10.1	Amalan Kreativiti	16
	1.10.2	Identiti Peranan Kreatif	16
	1.10.3	Sokongan Organisasi	17
BAB II		KAJIAN LITERATUR	18
	2.1	Pengenalan	18
	2.2	Konsep Kreativiti	18
	2.2.1	Kreativiti Sebagai Satu Proses	19
	2.2.2	Kreativiti Sebagai Satu Produk	22
	2.2.3	Kreativiti Dalam Konteks Persekitaran	23
	2.2.4	Kreativiti Individu	24
	2.3	Teori Identiti	29
	2.3.1	Identiti Peranan	29
	2.3.2	Identiti Peranan Kreatif	31
	2.4	Sokongan Organisasi	35
	2.5	Pembentukan Hipotesis	37
	2.6	Reka Bentuk Kerangka Konseptual	40
	2.7	Rumusan	43
BAB III		METODOLOGI KAJIAN	44
	3.1	Pengenalan	44
	3.2	Reka Bentuk Kajian	44
	3.3	Kaedah Pensampelan Kajian	47
	3.4	Kaedah Pengumpulan Data	48
	3.5	Kesahan dan Kebolehpercayaan Alat Kajian	54
	3.6	Ujian Rintis	57
	3.7	Andaian untuk Analisis Multivariat	57
	3.7.1	Ujian Normaliti	57

	3.7.2	Ujian Lineariti	60
	3.7.3	Ujian Homoskedastisiti	60
	3.7.4	Ujian Multikolineariti	61
	3.8	Kaedah Penganalisisan Data	63
	3.8.1	Analisis Statistik Deskriptif	64
	3.8.2	Analisis Statistik Inferensi	64
	3.9	Rumusan	70
BAB IV		ANALISIS DATA	71
	4.1	Pengenalan	71
	4.2	Analisis Deskriptif – Demografi Responden	72
	4.3	Objektif 1 – Mengenalpasti tahap identiti peranan kreatif pensyarah aliran sains sosial UTMJB	74
	4.4	Objektif 2 – Mengkaji faktor dominan yang mempengaruhi identiti peranan kreatif pensyarah aliran sains sosial UTMJB	75
	4.4.1	Jangkaan/Persepsi Rakan Sekerja	76
	4.4.2	Pandangan Kendiri Terhadap Kreativiti	77
	4.5	Objektif 3 – Mengenalpasti tahap amalan kreativiti pensyarah aliran sains sosial UTMJB	80
	4.6	Objektif 4 – Mengenalpasti kesan perantara identiti peranan kreatif terhadap hubungan antara faktor pengaruh identiti peranan kreatif dengan amalan kreativiti pensyarah aliran sains sosial UTMJB	82
	4.7	Objektif 5 – Mengenalpasti kesan moderator sokongan pihak organisasi	

	terhadap hubungan antara identiti peranan kreatif dengan amalan kreativiti pensyarah aliran sains sosial UTMJB	84
4.8	Rumusan	86
BAB V	PERBINCANGAN, KESIMPULAN DAN CADANGAN	89
5.1	Pengenalan	89
5.2	Perbincangan dan Rumusan	90
5.2.1	Objektif 1 – Mengenalpasti tahap identiti peranan kreatif pensyarah aliran sains sosial UTMJB	90
5.2.2	Objektif 2 – Mengkaji faktor dominan yang mempengaruhi identiti peranan kreatif pensyarah aliran sains sosial UTMJB	91
5.2.3	Objektif 3 – Mengenalpasti tahap amalan kreativiti pensyarah aliran sains sosial UTMJB	92
5.2.4	Objektif 4 – Mengenalpasti kesan perantara identiti peranan kreatif terhadap hubungan antara faktor pengaruh identiti peranan kreatif dengan amalan kreativiti pensyarah aliran sains sosial UTMJB	93
5.2.5	Objektif 5 – Mengenalpasti kesan Moderator sokongan pihak organisasi terhadap hubungan antara identiti peranan kreatif dengan amalan kreativiti pensyarah aliran sains sosial UTMJB	94
5.3	Batasan Kajian	97

5.4	Implikasi Kajian	99
5.5	Cadangan dan Saranan	101
5.6	Penutup	103
RUJUKAN		105
LAMPIRAN		115
	Lampiran A	115
	Lampiran B	117
	Lampiran C	126
	Lampiran D	128

SENARAI JADUAL

NO. JADUAL	TAJUK	MUKA SURAT
3.1	Populasi Pensyarah Fakulti-Fakulti Sains Sosial UTMJB	47
3.2	Pengagihan Sampel Secara Berstrata	48
3.3	Pembahagian Soal Selidik	49
3.4	Skala Likert Empat Mata	50
3.5	Pecahan Item Faktor Pengaruh Identiti Peranan Kreatif	52
3.6	Sela Kelas Bagi Tahap Min Skor	54
3.7	Petunjuk Wajar bagi Pekali Cronbach's Alpha	55
3.8	Rumusan Perbincangan dengan Pakar	56
3.9	Keputusan Kebolehpercayaan Instrumen Kajian	57
3.10	Ujian Normaliti Identiti Peranan Kreatif	58
3.11	Ujian Normaliti Faktor Penyumbang Identiti Peranan Kreatif	59
3.12	Ujian Normaliti Sokongan Pihak Organisasi	59
3.13	Ujian Normaliti Amalan Kreativiti	59
3.14	Matrik Korelasi Pearson Bagi Pembolehubah Bebas	62
3.15	Ujian Multikolineariti	63
3.16	Kaedah Statistik yang Digunakan	64

3.17	Nilai Pekali Korelasi	65
3.18	Ringkasan Kaedah Statistik yang Digunakan	69
4.1	Profil Demografi Responden	73
4.2	Tahap Keseluruhan Identiti Peranan Kreatif	74
4.3	Min Skor dan Sisihan Piawai Bagi Identiti Peranan Kreatif	75
4.4	Min Skor dan Sisihan Piawai bagi Faktor Pengaruh Identiti Peranan Kreatif	75
4.5	Tahap Jangkaan/Persepsi Rakan Sekerja	76
4.6	Min Skor dan Sisihan Piawai bagi Jangkaan/Persepsi Rakan Sekerja	77
4.7	Tahap Pandangan Kendiri Terhadap Kreativiti	78
4.8	Min Skor dan Sisihan Piawai Pandangan Kendiri Terhadap Kreativiti	78
4.9	Analisis Korelasi Hubungan antara Dimensi Faktor Pengaruh dengan Identiti Peranan Kreatif	79
4.10	Analisis Regresi bagi Dimensi Faktor Pengaruh dengan Identiti Peranan Kreatif	79
4.11	Tahap Amalan Kreativiti	81
4.12	Min Skor dan Sisihan Piawai bagi Amalan Kreativiti	78
4.13	Hasil Analisis Regresi untuk Pengujian Kesan Perantara	83
4.14	Tahap Sokongan Pihak Organisasi	84
4.15	Min Skor dan Sisihan Piawai bagi Sokongan Pihak Organisasi	85
4.16	Hasil Analisis Regresi untuk Pengujian Kesan Moderator	85
4.17	Ringkasan Pencapaian Objektif Kajian	87

SENARAI RAJAH

NO. RAJAH	TAJUK	MUKA SURAT
2.1	Dimensi dan Jenis Pemikiran Mencapah (<i>Divergent</i>) Kreativiti	21
2.2	Inovasi Organisasi	27
2.3	Model Identiti Peranan Kreatif	34
2.4	Kerangka Konseptual	40
3.1	Kerangka Operasional Kajian	46
3.2	Kiraan Julat Tahap Min Skor	53
3.3	<i>Scatter Plot</i> bagi Ujian Homoskedastisiti	61
4.1	Nilai Hubungan Bersama Kesan Perantara	83
5.1	Kerangka Kajian	96

SENARAI SINGKATAN

AB	-	Akademi Bahasa
AS	-	Amerika Syarikat
CoE	-	<i>Center of Excellence</i>
FP	-	Fakulti Pendidikan
FPPSM	-	Fakulti Pengurusan dan Pembangunan Sumber Manusia
FTI	-	Fakulti Tamadun Islam
IPT	-	Institusi Pengajian Tinggi
IPTA	-	Institusi Pengajian Tinggi Awam
IPTS	-	Institusi Pengajian Tinggi Swasta
KPT	-	Kementerian Pengajian Tinggi
MI2010	-	Malaysia Inovatif 2010
MLR	-	<i>Multidimensional Latent Regression</i>
PICC	-	Pusat Konvensyen Antarabangsa Putrajaya
POS	-	<i>Perceived Organizational Support</i>
RA	-	<i>Research Alliances</i>
RMKe10	-	Rancangan Malaysia Ke-10
SAM	-	<i>Something About Myself</i>
UTM	-	Universiti Teknologi Malaysia
UTMJB	-	Universiti Teknologi Malaysia, Johor Bahru
UTMKL	-	Universiti Teknologi Malaysia, Kuala Lumpur
VIF	-	<i>Variances Inflation Factor</i>
WKOPAY	-	<i>What Kind of Person are You?</i>
YAB	-	Yang Amat Berhormat
YB	-	Yang Berhormat
VIF	-	<i>Variances Inflation Factor</i>

SENARAI LAMPIRAN

LAMPIRAN	TAJUK	MUKA SURAT
A	Surat Untuk Menjalankan Kajian	115
B	Soal Selidik	117
C	Jadual Penentuan Saiz Sampel	126
D	Dapatan Analisis SPSS	128

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Pengenalan

Persaingan yang semakin kompetitif dalam pasaran kerja telah menggalakkan sesebuah negara untuk meningkatkan keupayaan tenaga kerjanya supaya bertindak dan berfikiran lebih kreatif dan inovatif. Kreativiti dan inovasi menjadi kunci utama bukan sahaja menyumbang kepada peningkatan produktiviti organisasi malah turut memberi peluang kepada individu untuk lebih bebas dalam memberi idea-idea yang bernas. Ayan (1997) berpendapat menjelang tahun 2000, aspek kreativiti akan menjadi salah satu strategi individu dan perniagaan yang penting untuk terus bersaing dan berjaya. Sehingga kini, kebanyakan organisasi telah memupuk budaya kreatif dan inovatif dalam kalangan pekerja mereka untuk memastikan idea-idea baru dapat dihasilkan dalam dunia globalisasi.

Secara umumnya, kreativiti merujuk kepada proses pemikiran yang mendorong kepada penghasilan idea yang berguna sama ada oleh individu mahupun secara berkumpulan. Terdapat pelbagai takrifan yang telah diberikan oleh tokoh-tokoh serta para penyelidik mengenai kreativiti. Salah seorang ahli falsafah dalam kreativiti, Kao telah mentakrifkan kreativiti seperti berikut:

“Kreativiti adalah proses keseluruhan di mana idea dihasilkan, dibangunkan, dan diubah menjadi nilai. Ia menggabungkan inovasi dan keusahawanan. Ianya melibatkan penggabungan antara seni dalam melahirkan idea baru dan juga disiplin dalam membentuk dan membangunkan idea tersebut kepada sesuatu yang bernilai.”

Kemunculan produk hasil kreativiti dan inovasi masyarakat Barat seperti *iPhone*, *Blackberry*, *YouTube*, *Facebook* dan *Twitter* kini menjadi kegunaan masyarakat di seluruh dunia dalam menggunakan media tersebut untuk berkomunikasi pada hari ini. Jika dilihat pada situasi sebegini, organisasi sangat menitikberatkan penjanaaan idea-idea yang kreatif dan inovatif untuk bersaing dalam memperkenalkan produk yang lebih efektif dan efisien. Negara-negara yang menerajui kreativiti dan inovasi kini termasuklah Amerika Syarikat (AS), Finland, Jerman, Britain dan juga Jepun (Nor Hartini, 2010). Menurut Mohd. Azhar *et al.* (2003), Jepun telah membuktikan kepada dunia bahawa mereka mampu menjadi sebuah negara yang digeruni oleh Barat khususnya dalam bidang ekonomi, sains dan teknologi walaupun tidak memiliki sumber-sumber asli. Mereka juga menyatakan bahawa negara tersebut telah menjadi pemacu utama ekonomi dunia dan berjaya melahirkan individu yang memiliki bakat kreatif yang tinggi seperti Sochiro Honda, Masaru Ibuka, Akio Morita dan Yoshiro Nakamatsu.

Malaysia juga tidak ketinggalan dalam memberikan penekanan kepada aspek kreativiti dan inovasi di peringkat nasional bagi menggalakkan daya saing negara dan ini terbukti apabila Malaysia telah menjadikan tahun 2010 sebagai Tahun Inovasi dan Kreativiti yang bertemakan “Meraikan Kreativiti” (Laupa, 2010). Pelancaran Tahun Inovasi dan Kreativiti tersebut atau dikenali sebagai Malaysia Inovatif 2010 (MI2010) telah dilancarkan oleh Perdana Menteri Malaysia, Datuk Seri Najib Tun Razak di Pusat Konvensyen Antarabangsa Putrajaya (PICC) pada 27 Januari. Ia dilihat sebagai satu lonjakan untuk memberi galakan kepada golongan muda supaya menjadi lebih kreatif dan seterusnya mampu berfikir di luar kotak. Perdana Menteri Malaysia telah menyampaikan amanat sempena Majlis Perhimpunan Penjawat Awam Tahun 2010 berkaitan dengan kreativiti dan inovasi seperti berikut:

“Dan inilah yang kita akan lakukan melalui Program Transformasi Kerajaan. Bersekali dengan apa? Bersekali dengan pemikiran yang inovatif dan kreatif, mencari jalan bagaimana sepanjang masa, berfikir secara inovatif dan kreatif. Sebab itulah kita menekankan perkara seperti ini dan memberi galakan dan insentif.”

Aspek kreativiti kini diterapkan dalam pembelajaran di peringkat Institusi Pengajian Tinggi (IPT) untuk meningkatkan kebolehpasaran bakal graduan yang akan menempuh alam pekerjaan. Dalam Pelan Strategik Pengajian Tinggi Negara (2010), turut mengengahkan isu yang sama di mana inovasi dan kreativiti dalam sistem penyampaian pengajian tinggi mesti dibudayakan untuk menambah baik imej dan prestasi IPT serta menggalakkan perubahan. Menteri Pengajian Tinggi Malaysia, YB Dato' Seri Mohamed Khaled Nordin memberi ucapan sempena Himpunan Bulanan KPT dan Majlis Pelancaran Buku Kajian Kes Bersepadu Program Perakaunan dan Kajian Halatuju Bidang Pengajian pada 20 Julai 2010 seperti berikut:

“..... seiring dengan pemilihan tahun 2010 sebagai tahun kreativiti dan inovasi, pengwujudan Universiti Penyelidikan ini diharap akan mampu menjadi pemain utama inovasi dalam merencanakan lagi aktiviti penyelidikan, pembangunan dan pengkomersialan. Buktiya, bilangan universiti penyelidikan telah ditambah dengan pemilihan Universiti Teknologi Malaysia atau UTM sepertimana yang diumumkan oleh YAB Perdana Menteri sewaktu pembentangan Rancangan Malaysia Kesepuluh (RMKe10). Pemilihan UTM sebagai universiti penyelidikan kelima negara ini sebenarnya telah hampir melengkapkan sasaran kementerian untuk mewujudkan enam buah universiti penyelidikan menjelang tahun 2020. Keenam-enam universiti penyelidikan ini dijangka akan menjadi enjin utama kepada aktiviti penyelidikan dan inovasi sekaligus menyumbang kepada kemajuan dan pembangunan negara ke tahap yang lebih tinggi.”

Namun, jika dibandingkan dengan negara-negara maju dalam menghasilkan produk kreativiti dan inovasi, Malaysia masih dalam usaha untuk membangunkan kreativiti dan inovasi tenaga kerjanya. Dalam konteks realiti, kreativiti dan inovasi

masih belum benar-benar dimasyarakatkan (Mohd. Azhar *et al.*, 2003). Kreativiti dan inovasi seharusnya dimasyarakatkan terlebih dahulu sebelum membudayakannya dalam kehidupan seharian kerana penting dalam memastikan ia mudah diterima oleh semua lapisan masyarakat (Laupa, 2010). Nor Hartini (2010) berpendapat bagi membudayakan inovasi dan kreativiti ini, ia tidak boleh dihadkan kepada sesuatu kelompok masyarakat sahaja, sebaliknya inovasi itu perlu difahami dan diamalkan oleh seluruh lapisan masyarakat dalam pelbagai bidang kepakaran masing-masing.

Secara individu, pekerja akan berfikiran dan bertindak secara kreatif dan kritis jika persekitaran kerjanya menggalakkan penerimaan idea-idea baru. Individu yang kreatif akan cuba mencari penyelesaian masalah melalui pelbagai kaedah dan pendekatan yang berbeza dan menganalisis kemungkinan bagi penyelesaian masalah daripada pelbagai sudut. Oleh sebab itu mereka yang kreatif dipengaruhi oleh motivasi dalaman yang mengukuhkan identiti peranan kreatif mereka kerana mereka sentiasa mempunyai keghairahan dalam memastikan mutu kerja mereka lebih berkualiti dan berprestasi tinggi.

Selain itu juga, sokongan organisasi terhadap penjanaan idea-idea kreatif juga perlu dititikberatkan kerana jika struktur, strategi dan budaya organisasi disusun dengan baik maka ia secara tidak langsung dapat menghasilkan banyak idea yang mendorong produktiviti organisasi. Usaha membudayakan kreativiti ini perlu diterapkan dalam kalangan pekerja supaya setiap pekerja berpeluang dan berkebolehan melontarkan dan menjana idea baru. Telah banyak organisasi menerapkan budaya kreativiti dan inovasi di tempat kerja sebagai langkah untuk terus maju dan berdaya saing. Memang tidak dapat dinafikan aspek kreativiti dan inovasi ini semakin berkembang dan banyak dimanfaatkan untuk tujuan yang positif.

1.2 Latar Belakang Tempat Kajian

UTM merupakan salah sebuah universiti terulung di Malaysia yang memacu ke arah kreativiti dan inovasi sebagai langkah untuk menjadi universiti bertaraf antarabangsa. Pada Jun 2010, YAB Datuk Seri Najib Tun Razak telah mengumumkan UTM diiktiraf sebagai Universiti Penyelidikan yang keenam di Malaysia bagi melahirkan graduan yang lebih berdaya saing dan maju. UTM terletak di dua lokasi iaitu di Johor Bahru (UTMJB) sebagai kampus utama serta di Kuala Lumpur (UTMKL) yang dahulunya lebih dikenali sebagai *UTM City Campus*.

Dengan kekuatan kemahiran dan intelek lebih daripada 2,000 staf akademik; di mana lebih 200 daripadanya adalah pensyarah luar negara; UTM kini dalam langkah untuk membangunkan dan meningkatkan kualiti program akademik dan profesional untuk mencapai taraf yang lebih global. Jumlah pelajar pula terdiri daripada lebih 15,000 orang bagi pelajar pasca siswazah sepenuh masa, lebih daripada 6,000 orang yang terlibat dalam program pembelajaran jarak jauh sebagai pelajar separuh masa serta lebih daripada 8,000 orang pelajar lepasan ijazah dalam pelbagai bidang pengkhususan. Daripada populasi pelajar tersebut, lebih kurang 2,000 orang adalah pelajar antarabangsa. Jumlah kesemua staf akademik dan pelajar adalah pada tahun 2010 berdasarkan yang terdapat dalam laman web rasmi Universiti Teknologi Malaysia.

Misi UTM adalah untuk menerajui pembangunan kreativiti dan inovasi dalam sumber manusia serta teknologi yang akan menyumbang kepada kesejahteraan bangsa dan negara. Perkara ini adalah selaras dengan aspirasi negara dalam mewujudkan persekitaran ekonomi yang berteraskan pengetahuan bagi menggalakkan kreativiti dan inovasi dalam penciptaan sesuatu yang bernilai. Melalui transformasi strategik dalam struktur organisasinya, UTM kini memfokuskan dalam menjana budaya akademik dan menyuburkan tahap intelektual dalam kalangan staf dan juga pelajar bagi menggalakkan pemikiran yang lebih kreatif dan inovatif.

Inovasi menjadi pemacu utama dalam nilai teras UTM dimana budaya inovasi diserapkan melangkaui setiap dimensi dalam universiti meliputi pengajaran dan pembelajaran, kajian dan penyelidikan, penulisan dan penerbitan, pengurusan dan pentadbiran, pembangunan staf dan pelajar, perkhidmatan perundangan dan profesional serta tanggungjawab sosial universiti. Inovasi yang dilaksanakan adalah melalui usaha bersepadu dan semangat berkumpulan yang tinggi dengan perkongsian misi dan tujuan kepada semua.

UTM telah membina reputasinya tersendiri dalam menjalankan penyelidikan dan pendidikan yang berkualiti dan berinovasi dan ini telah terbukti apabila UTM telah menjadi johan sebanyak tiga kali dalam Anugerah Harta Intelekt Negara bagi kategori organisasi. Budaya penyelidikan yang wujud di UTM ini dirangsang melalui 11 *Research Alliances* (RA) dalam disiplin strategik iaitu *Sustainability*, *Infocomm*, *Air*, *Cybernetics*, Bioteknologi, Pembinaan, Bahan & Pengilangan, K-Ekonomi, Tenaga, Pengangkutan dan Teknologi Nano. Selain itu juga, terdapat 28 buah Pusat Kecemerlangan atau lebih dikenali sebagai *Centres of Excellence* (CoE) sebagai bantuan memberikan perkhidmatan pendidikan berkaitan teknologi dan keperluan penyelidikan kepada universiti.

UTM juga kini terlibat secara aktif dalam menjalankan penyelidikan bersama dengan institusi-institusi terkemuka di dunia seperti Universiti Harvard, MIT, Universiti Oxford, Kolej Imperial London, Universiti Cambridge, Universiti Tokyo dan juga Universiti Meiji dalam pelbagai bidang yang memberi manfaat bersama. Untuk menggalakkan jalinan dan jaringan kerjasama dalam bidang akademik dan penyelidikan, pejabat satelit antarabangsa telah ditubuhkan di Tokyo dan perancangan untuk penambahan pejabat satelit di Doha (Qatar), Madinah (Arab Saudi) dan juga di Boston (AS).

Selain daripada itu juga, UTM merupakan univervisiti terkemuka di Malaysia yang menerajui bidang dan kepakaran dalam kejuruteraan dan teknologi, yang telah menyumbang kepada tenaga kerja teknikal dan profesional dalam negara sejak tahun

1904 lagi. Dengan slogan baru “Menjana Minda Kreatif dan Inovatif” serta diiktiraf sebagai Universiti Penyelidikan pada tahun 2010, UTM kini dalam halatuju untuk meningkatkan kualiti perkhidmatan pendidikan serta sumbangan penyelidikan yang akan dapat dimanfaatkan untuk kesejahteraan masyarakat. Maka, kreativiti dan inovasi diterapkan kepada semua staf akademik, staf bukan akademik dan juga para mahasiswa. Sehingga kini, jumlah fakulti semakin bertambah bilangannya menjadi 14 buah yang terdapat di Universiti Teknologi Malaysia, Johor Bahru (UTMJB). Terdapat tiga buah fakulti dan sebuah akademi dalam aliran sains sosial yang akan dijalankan kajian terhadap kreativiti pensyarah iaitu Fakulti Pendidikan (FP), Fakulti Pengurusan dan Pembangunan Sumber Manusia (FPPSM), Fakulti Tamadun Islam (FTI) serta Akademi Bahasa (AB).

1.3 Pernyataan Masalah

Kajian terhadap kreativiti telah bermula sejak generasi *baby-boom* lagi dimana Joy Paul Guilford dengan bersungguh-sungguh mengarahkan *American Psychological Association* untuk memfokuskan area yang penting ini tetapi diabaikan pada ketika itu (Petrowski, 2000). Bukti telah dinyatakan oleh Sternberg & Lubart (1999) bahawa Guilford mendapati kajian terhadap kreativiti diabaikan berdasarkan fakta yang hanya 0.2 peratus kemasukan rekod kajian dalam *Psychological Abstracts* antara tahun 1920-1950. Namun, kajian terhadap kreativiti kini semakin berkembang dan oleh itu, pengkaji mengambil inisiatif untuk memperkembangkan aspek kreativiti sebagai pengetahuan tambahan yang mungkin berguna (Oldham & Cummings, 1996), seperti kajian terhadap faktor yang mendorong individu untuk menjadi kreatif (Paper *et al.*, 2000).

Kreativiti pekerja dalam melaksanakan sesuatu tugas menjadi teras utama dalam sesebuah organisasi bagi meningkatkan daya saing dan produktiviti dalam pasaran yang semakin mencabar. Gilson (2008) berpendapat kreativiti merupakan

suatu nilai kepada organisasi dalam sejauh mana ia akan memberi impak kepada prestasi kerja. Kreativiti juga sentiasa diperlukan bagi menyelesaikan sesuatu masalah (Hirst *et al.*, 2009). Pada pendapat Gurteen (1998), pendekatan yang lebih baik untuk menggambarkan kreativiti adalah satu proses penghasilan idea yang melibatkan pemikiran yang berbeza (*divergent thinking*).

Di Malaysia, amalan kreativiti dan inovasi kini amat digalakkan oleh kerajaan terutamanya oleh YAB Perdana Menteri yang menyarankan agar tenaga kerja mengamalkan pemikiran kritis dan konstruktif dalam melaksanakan tanggungjawab dengan mencari penyelesaian-penyelesaian yang bersesuaian. Penjenamaan semula UTM oleh Naib Cancellornya dengan slogan ‘Menjana Minda Kreatif dan Inovatif’ adalah bertujuan untuk menjadikan warga UTM individu yang mampu berfikir di luar kotak yang akan menyumbang bukan sahaja kepada UTM sendiri, bahkan kepada masyarakat, agama dan negara.

Kreativiti yang inventif dan produktif diperlukan untuk membina atau mengubahsuai program dan kurikulum secara efisien dan efektif (Rejskind, 2000). Seseorang pensyarah perlu menggunakan pelbagai medium untuk menyampaikan ilmu kepada pelajar agar tidak membosankan pelajar dan menjadikan ia lebih efektif. Kajian oleh Marliyana (2005) mendapati bahawa kreativiti adalah penting dalam keberkesanan pengajaran dan pembelajaran. Oleh itu, kreativiti mereka tidak terhad hanya untuk diaplikasikan semasa dalam kuliah sahaja malah untuk tugas-tugas mereka yang lain. Menurut Noor Azmi (1998), pengembangan kreativiti yang bermaksud aktiviti-aktiviti yang kreatif secara logik, membina daya imaginasi dan boleh memberi pandangan merupakan fokus pengisian kurikulum abad ke-21 selain daripada penguasaan pengetahuan dan kemahiran asas.

Dalam aliran sains sosial, kreativiti individu mungkin kepada kekuatan aplikasi teori-teori yang mungkin boleh menjadi idea baru kepada mereka. Identiti kreatif pensyarah dalam aliran sains tulen mungkin terbentuk hasil daripada eksperimen, minat serta daya imaginasi terhadap sesuatu benda fizikal seperti

penciptaan robot dan kereta solar manakala dalam aliran sains sosial mungkin sedikit berbeza. Kajian yang telah dijalankan oleh Hamsiah (2004) mendapati guru-guru Sains mempunyai amalan kreatif yang baik. Masih kurang kajian yang dilakukan untuk menilai sejauhmana kreativiti bagi pengajar aliran sains sosial. Kesimpulan yang boleh dibuat adalah kreativiti mereka mungkin berbeza berdasarkan bidang masing-masing dan tidak semestinya pendidik dari aliran sains sosial tidak kreatif dalam pengajaran dan pembelajaran.

Identiti peranan kreatif bagi pensyarah dalam kajian ini mungkin dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti yang akan digunakan dalam instrumen kajian ini. Kajian yang dilakukan oleh Farmer *et al.* (2003) telah mendapati bahawa identiti peranan kreatif terhasil berdasarkan faktor-faktor seperti jangkaan atau persepsi rakan sekerja, pandangan sendiri terhadap tingkah laku kreatif serta pendedahan yang tinggi kepada budaya di AS. Pembentukan identiti peranan kreatif yang baik juga akan memberi impak kepada kreativiti semasa melaksanakan tugas. Jika situasi kerjanya tidak konsisten dengan identiti kreatifnya, maka identiti mereka akan terancam dan akan mengelak dari melaksanakan tindakan yang kreatif yang berkaitan (Burke, 1991). Kajian daripada Oldham & Cummings (1996) juga mendapati pekerja akan melakukan kerja yang kreatif sekiranya mereka mempunyai ciri-ciri kreativiti yang bersesuaian.

Kreativiti pekerja juga dikatakan lebih baik apabila organisasi memberikan galakan ataupun sokongan padu terhadap hasil kerja yang kreatif. Menurut Rhoades & Eisenberger (2002), terdapat pihak atasan yang menggunakan kesedaran sokongan organisasi berdasarkan kesudian subordinat dengan membekalkan mereka dengan peluang-peluang tambahan atau peralatan yang diperlukan untuk menyudahkan sesuatu tugas seperti peluang menghadiri latihan untuk meningkatkan profesional mereka. Apabila sokongan organisasi adalah tinggi, maka pekerja secara teorinya akan mempunyai perasaan yang positif dari segi sikap dan perlakuan terhadap layanan yang diterima daripada organisasi dan implikasinya akan menguntungkan pihak organisasi tersebut (Eisenberger *et al.*, 1986).

Berdasarkan permasalahan tersebut, pengkaji ingin cuba mengenalpasti aspek kreativiti dalam kalangan pensyarah bagi aliran sains sosial memandangkan masih kurang kajian yang dilakukan untuk menilai kreativiti dalam bidang sains sosial ini. Pengkaji cuba meluaskan lagi skop kreativiti terutamanya yang berkaitan dengan identiti peranan seseorang pensyarah sebagai lembaran baru dalam lapangan ini. Maka, sebagai sebuah universiti penyelidikan yang membudayakan pemikiran kreatif dan inovatif, adalah penting bagi UTM agar dapat menyediakan barisan pensyarah yang berkualiti dalam pendidikan dengan mencari penyelesaian yang terbaik.

1.4 Persoalan Kajian

Berdasarkan kepada pernyataan masalah di atas, pengkaji akan menjalankan kajian untuk mengenalpasti kreativiti dalam kalangan pensyarah fakulti aliran sains sosial di UTMJB berdasarkan aplikasi teori identiti peranan kreatif. Beberapa persoalan akan dikaji, iaitu:

- 1.4.1 Apakah tahap identiti peranan kreatif pensyarah fakulti aliran sains sosial UTMJB?
- 1.4.2 Apakah faktor dominan yang mempengaruhi identiti peranan kreatif pensyarah fakulti aliran sains sosial UTMJB?
- 1.4.3 Apakah tahap amalan kreativiti dalam kalangan pensyarah fakulti aliran sains sosial UTMJB?
- 1.4.4 Adakah identiti peranan kreatif memberi kesan terhadap hubungan antara faktor pengaruh identiti peranan kreatif dengan amalan kreativiti pensyarah fakulti aliran sains sosial UTMJB?
- 1.4.5 Adakah hubungan antara identiti peranan kreatif dengan amalan kreativiti pensyarah fakulti aliran sains sosial UTMJB menjadi lebih kukuh dengan wujudnya sokongan pihak organisasi?

1.5 Matlamat Kajian

Matlamat utama kajian ini adalah untuk melihat hubungan antara identiti peranan kreatif dengan amalan kreativiti dalam kalangan pensyarah fakulti aliran sains sosial di UTMJB. Selain itu, kajian ini dijalankan untuk mengenalpasti faktor-faktor yang menyumbang kepada identiti peranan kreatif dalam menjana kreativiti pensyarah tersebut. Kajian ini juga turut melihat kesan perantara iaitu identiti peranan kreatif terhadap hubungan antara faktor pengaruh identiti peranan kreatif dengan amalan kreativiti pensyarah serta kesan tahap sokongan organisasi sebagai moderator terhadap hubungan antara identiti peranan kreatif dengan amalan kreativiti dalam kalangan pensyarah aliran sains sosial di UTMJB.

1.6 Objektif Kajian

Secara khususnya, objektif kajian ini adalah untuk:

- 1.6.1 Untuk mengenalpasti tahap identiti peranan kreatif pensyarah fakulti aliran sains sosial UTMJB.
- 1.6.2 Untuk mengkaji faktor dominan yang mempengaruhi identiti peranan kreatif pensyarah fakulti aliran sains sosial UTMJB.
- 1.6.3 Untuk mengenalpasti tahap amalan kreativiti dalam kalangan pensyarah aliran sains sosial UTMJB.
- 1.6.4 Untuk mengenalpasti kesan identiti peranan kreatif terhadap hubungan antara faktor pengaruh identiti peranan kreatif dengan amalan kreativiti pensyarah fakulti aliran sains sosial UTMJB.
- 1.6.5 Untuk mengenalpasti kesan sokongan pihak organisasi untuk memperkukuhkan hubungan antara identiti peranan kreatif dengan amalan kreativiti pensyarah fakulti aliran sains sosial UTMJB.

1.7 Skop Kajian

Kajian ini tertumpu kepada aspek kreativiti dalam kalangan pensyarah bagi fakulti aliran sains sosial di UTMJB sahaja. Responden kajian adalah terdiri daripada pensyarah-pensyarah atau staf akademik bagi fakulti aliran sains sosial yang terdapat di UTMJB sahaja. Terdapat empat buah fakulti atau akademi yang berkaitan dengan aliran sains sosial iaitu Fakulti Pengurusan dan Pembangunan Sumber Manusia (FPPSM), Fakulti Pendidikan (FP), Fakulti Tamadun Islam (FTI) dan Akademi Bahasa (AB). Responden akan dipilih secara rawak berdasarkan jumlah sampel yang telah diagihkan secara berstrata bagi setiap fakulti. Kaedah yang digunakan untuk mengumpul data dalam kajian ini ialah kaedah soal selidik. Data yang telah dikumpul akan dianalisis dengan menggunakan *Statistical Package for Social Sciences Software* (SPSS) keluaran versi 18.0 dan Microsoft Excel 2010.

1.8 Kepentingan Kajian

Dalam konteks kreativiti, kajian ini dijangka dapat memberi input baru kerana ianya melibatkan aspek kreativiti dalam bidang sains sosial. Berdasarkan pengamatan pengkaji, masih belum terdapat kajian yang dijalankan dalam kalangan staf akademik aliran sains sosial mengenai kreativiti mereka. Oleh itu, kajian ini dijangka dapat memperluaskan lagi skop kreativiti yang tidak hanya terbatas kepada penghasilan produk fizikal mahupun reka cipta alatan yang baru semata-mata. Selain itu, diharapkan kajian ini dapat memberi pengetahuan kepada pengkaji-pengkaji untuk menjalankan lebih banyak kajian mengenai kreativiti dalam bidang sains sosial terutamanya aspek identiti seseorang individu serta menjadi lembaran baru dalam lapangan kreativiti ini.

Kepentingan kajian ini kepada pihak UTMJB dijangka dapat memberi gambaran mengenai aspek kreativiti yang terdapat dalam kalangan pensyarah UTMJB terutamanya dalam aliran sains sosial. Selaras dengan slogan UTM yang baru, kajian ini dapat membantu fakulti-fakulti mengenalpasti sejauhmana kreativiti yang ada dan diamalkan oleh staf akademiknya. Secara keseluruhannya, kajian ini diharap dapat menjadi sumber rujukan yang efektif kepada organisasi dalam menggalakkan kreativiti dalam kalangan staf akademiknya bagi meningkatkan produktiviti dan imej universiti. Hasil kajian ini juga dapat membantu pengkaji menambahkan pengetahuan tentang aspek kreativiti yang kini menjadi teras utama negara dalam menggalakkan penghasilan idea baru dalam kalangan tenaga kerja bagi meningkatkan produktiviti negara. Pengalaman yang dilalui oleh pengkaji dapat membantu memperluaskan diri dengan ilmu sedia ada sebagai langkah untuk menghadapi alam kerjaya kelak. Kajian yang telah dijalankan dapat dimanfaatkan sebagai sumber rujukan kepada pengkaji untuk membantu organisasi dalam menggalakkan idea-idea kreatif dalam kalangan pekerja mereka pada masa hadapan.

Melalui kajian ini juga, para pelajar dapat menjadikannya sebagai sumber rujukan untuk meningkatkan pemahaman dalam bidang yang berkaitan. Hasil kajian ini juga boleh digunakan sebagai panduan untuk para pelajar atau pengkaji akan datang yang berminat untuk membuat kajian tentang aspek kreativiti dalam kalangan pekerja di organisasi lain serta mereka boleh meluaskan lagi kajian ini dengan mengaitkan hubungannya dengan pemboleh ubah yang lain.

1.9 Definisi Konseptual

1.9.1 Kreativiti

Menurut Amabile (1997), kreativiti adalah pengeluaran idea yang baru dan bersesuaian di dalam aktiviti manusia dari aspek sains, kepada seni, pendidikan, perniagaan atau kepada kehidupan seharian. Zaini (2010) pula menyatakan bahawa kreativiti membabitkan pemikiran, idea dan gagasan baru. Selain itu, Wycoff & Richardson (1995) pula berpendapat menjadi kreatif dilihat sebagai sama seperti orang lain tetapi memikirkan sesuatu perkara yang berlainan.

Kreativiti ditakrifkan sebagai gabungan kompleks keadaan motivasi, faktor personaliti, keadaan persekitaran, faktor kemungkinan dan produk akhir (Feldhusen & Goh, 1995). Vernon (1967) menyatakan bahawa kreativiti adalah kemampuan individu untuk menghasilkan idea, rekacipta, objek artistik, wawasan dan produk yang akan dipandang tinggi oleh orang pakar. Torrance (1962) pula menegaskan kreativiti adalah suatu set keupayaan, kemahiran, motivasi dan keadaan yang dihubungkan dengan penyelesaian masalah. Ketiga-tiga definisi tersebut menyatakan kreativiti berkaitan dengan produk akhir; namun ia tidak semestinya merujuk kepada kebendaan sahaja. Runco & Albert (1990) menyatakan bahawa kreativiti adalah membuat keputusan dan bukannya produk.

1.9.2 Identiti Peranan

Identiti peranan didefinisikan sebagai pandangan sendiri, atau pengertian yang melambangkan diri sendiri terhadap peranan spesifik (Burke & Tully, 1997), yang dihasilkan secara refleksif melalui anggapan terhadap diri sendiri dan orang

lain, penilaian sendiri terhadap anggapan tersebut, dan kesan daripada penilaian tersebut (McCall & Simmons, 1978).

1.9.3 Identiti Peranan Kreatif

Identiti peranan kreatif merujuk kepada sama ada seseorang individu menilai dirinya sebagai seorang yang kreatif (Martocchio, 2003). Petkus (1996) menyatakan identiti peranan mungkin mempengaruhi konsep sendiri dalam memahami bagaimana seseorang pekerja membina makna terhadap kreativiti, dan bagaimana identiti tersebut berhubungan dengan tingkah laku kreatif.

1.9.4 Sokongan Organisasi

Menurut Eisenberger *et al.* (1986), sokongan organisasi adalah berkaitan dengan individu yang berusaha untuk membentuk kepercayaan bahawa organisasi menghargai dan prihatin terhadap sumbangan yang diberikan oleh subordinat. Dalam erti kata lain, sokongan organisasi juga merujuk kepada kepercayaan seseorang dari segi sumbangan dan kebajikan yang diharapkan atau diterima daripada organisasinya.

1.10 Definisi Operasional

1.10.1 Amalan Kreativiti

Dalam kajian ini, amalan kreativiti dinilai berdasarkan sejauh mana kreativiti yang dipraktik dan diamalkan dalam tugas oleh staf akademik aliran sains sosial di UTMJB. Item-item untuk aspek kreativiti ini diadaptasi daripada instrumen kajian oleh Wongtada dan Rice (2008).

1.10.2 Identiti Peranan Kreatif

Identiti peranan merujuk kepada sesuatu yang mempengaruhi identiti dalam menjalankan peranan responden sebagai pensyarah. Seseorang individu akan cenderung untuk melakukan sesuatu perkara berdasarkan identiti peranan yang ada dalam diri mereka sendiri kerana setiap peranan dipengaruhi oleh identiti mereka. Dalam konteks kajian ini, identiti peranan kreatif merujuk kepada identiti staf akademik UTMJB yang menilai dan menganggap diri mereka sebagai seorang yang kreatif. Terdapat dua elemen daripada kajian Farmer *et al.* (2003) diadaptasi bagi kajian ini yang merupakan faktor pengaruh terhadap pembentukan identiti peranan kreatif iaitu jangkaan kreativiti daripada rakan sekerja serta pandangan sendiri terhadap kreativiti.

1.10.3 Sokongan Organisasi

Dalam kajian ini, sokongan organisasi adalah berkaitan dengan tafsiran dan persepsi pensyarah sains sosial UTMJB sejauhmana pihak UTM menghargai dan menilai kerja-kerja kreatif mereka. Item-item dalam instrumen kajian mengenai sokongan organisasi juga diadaptasi daripada kajian yang dilakukan oleh Farmer *et al.* (2003).

RUJUKAN

- Amabile, T. (1997). Motivating Creativity in Organizations: On Doing what you Love and Loving what you do. *California Management Review*. 40, 39-58.
- Amabile, T. M. (1988). *A Model of Creativity and Innovation in Organizations*. Dalam Staw, B. M. & Cummings, L. L. (Eds.) *Research in Organizational Behavior* (pp. 123-167) Greenwich, CT: JAI Press.
- Amabile, T. M., Conti, R., Coon, H., Hennesey, B. A. & Tighe, E. M. (1996). Assessing the Work Environment for Creativity. *Academy of Management Journal*. 39, 1154-1184.
- Ayan, J. (1997). *Aha! 10 Ways to Free Your Creative Spirit and Find Your Great Ideas*. New York: Three Rivers Press.
- Ayob, A. M. (2005). *Kaedah Penyelidikan Sosioekonomi*. (3rd ed.). Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka
- Barron, F. & Harrington, D. M. (1981). Creativity, Intelligence, Personality. *Annual Review of Psychology*. 32, 439-476.
- Belk, Russel, W., Sherry, Jr., J. F. & Wallendorf, M. (1988). A Naturalistic Inquiry into Buyer and Seller Behavior at a Swap Meet. *Journal of Consumer Research*. 14, 449-470.

- Burke, P. J. (1991). Identity processes and social stress. *American Sociological Review*. 56, 836-849.
- Burke, P. J. & Tully, J. C. (1977). The Measurement of Role Identity. *Social Forces*. 55, 881-897.
- Callero, P. L. (1985). Role-Identity Saliency. *Social Psychology Quarterly*. 48, 201-215.
- Callero, P. L., Howard, J. A. & Piliavin, J. A. (1987). Helping Behavior as Role Behavior: Disclosing Social Structure and History in the Analysis of Prosocial Action. *Social Psychology Quarterly*. 50, 247-256.
- Chua Yan Piaw, Sharifah Md. Nor, Naim B. Mohd & Wan Zah Wan Ali (2003). Kreativiti Guru Pendidikan Seni. *Pertanika J. Soc. Sci. & Hum*. 11(1), 11-17.
- Clark, G. A. & Zimmerman, E. D. (1988). Views of Self, Family Background and School: Interviews with Artistically Talented Students. *Gifted Child Quarterly*. 32, 340-346.
- Coakes, S. J., Steed, L. & Dzidic, P. (2006). *SPSS Version 13.0 for Windows: Analysis Without Anguish*. Australia: John Wiley and Sons Australia Ltd.
- Cooke, T. E. (1989). Disclosure in the Corporate Annual Reports of Swedish Companies. *Accounting and Business Research*. 19(74), 113-124.
- Cooper, D. R. & Schindler, P.S. (2006). *Business Research Method*. (9th ed.) New York: McGraw-Hill/Irwin.
- De Bono, E. (1996). *Serious Creativity*. London: Harper Collins Business.
- Egan, T. M. (2005). Factors Influencing Individual Creativity in the Workplace: An Examination of Quantitative Empirical Research. *Advances in Developing Human Resources*. 7(2), 160-181.

- Eisenberger, R., Huntington, R., Hutchison, S. & Sowa, D. (1986). Perceived Organizational Support. *Journal of Applied Psychology*. 71, 500-507.
- Farmer, S. M., Tierney, P. & McIntyre, K. K. (2003). Employee Creativity in Taiwan: An Application of Role Identity Theory. *Academy of Management Journal*. 46(5), 618-630.
- Feldhusen, J. F. & Goh, B. E. (1995). Assessing and Accessing Creativity: An Integrative Review of Theory, Research, and Development. *Creativity Research Journal*. 8(3), 231-247.
- Field, A. (2005). *Discovering Statistics Using SPSS*. (2nd ed.). London: Sage Publications.
- Fisher, T. (1997). The Designer's Self-Identity: Myths of Creativity and the Management of Teams. *Creativity and Innovation Management*. 6(1), 10-18.
- Ford, C. (1996). A Theory of Individual Creative Action in Multiple Social Domains. *Academy of Management Review*. 21, 1112-1142.
- Freese, L. & Burke, P. J. (1994). *Persons, Identities, and Social Interaction*. Dalam Markowsky, B., Heimer, K. & O'Brien, J. (Ed.) *Advances in Group Processes* (pp. 1-24). CT: JAI.
- Gay, L. R. (1992). *Educational Research: Competencies for Analysis and Application*. (4th ed.) New York: Macmillan Publishing Company.
- Gilson, L. L. (2008). *Why be Creative: A Review of the Practical Outcomes Associated with Creativity at the Individual, Groups, and Organizational Levels*. Dalam J. Zhou & C. E. Shalley (Ed.) *Handbook of Organizational Creativity* (pp. 302-322). New York: Lawrence Erlbaum and Associates.
- Goldsmith, R. E. & Matherly, T. A. (1987). Adaptation, Innovation and Creativity: A Replication and Extension. *British Journal of Social Psychology*. 26, 79-82.

- Gough, H. G. (1979). A Creative Personality Scale for the Adjective Check List. *Journal of Personality and Social Psychology*. 37, 1398-1405.
- Guilford, J. P. (1959). Three Faces of Intellect. *American Psychologist*. 14, 469-479.
- Guilford, J. P. & Fruchter, B. (1973). *Fundamental Statistics in Psychology and Education*. (5th ed.) New York: McGraw-Hill.
- Gurteen, D. (1998). Knowledge Management and Creativity. *Journal of Knowledge Management*. 2(1), 1-10.
- Hair, F. J., Barry, B, Arthur, H. M. & Philip, S. (2003). *Essential of Business Research Method*. Denver: Wiley.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L. & Black, W. C. (1998). *Multivariate Data Analysis*. New Jersey: Prentice-Hall International, Inc.
- Hair, J. H., Money, A. H., Samouel, P. & Page, M. (2007). *Research Methods for Business*. West Sussex, England: John Wiley & Sons Ltd.
- Hamsiah Sae (2004). Tahap Kreativiti Guru Sains dan Amalannya Dalam Pengajaran. *Jurnal Penyelidikan MPBL*. 5, 14-23.
- Hirst, G., Van Knippenberg, D. & Zhou, J. (2009). A Cross-Level Perspective on Employee Creativity: Goal Orientation, Team Learning Behavior, and Individual Creativity. *Academy of Management Journal*. 52(2), 280-293.
- Huali Wu (2008). On the Basis and Predicament of Applying Organizational Support Theory to Chinese Public Human Resource Management. *International Journal of Business and Management*. 3(12), 102-105.
- Jackson, S. E. (1981). Measurement of Commitment to Role Identities. *Journal of Personality and Social Psychology*. 40(1), 138-146.

- Joseph, R. V., Hung, Y. & Sudjianto, A. (2007). Blind Kringing: A New Method for Developing Metamodels. *ASME Journal of Mechanical Design*.
- Kao, J. (1996). *Jamming: The Art and Discipline of Business Creativity*. New York: Harper Business.
- Kementerian Pengajian Tinggi Malaysia (2010). *Pelan Strategik Pengajian Tinggi Negara*. Malaysia.
- Kerajaan Malaysia (2010). *Rancangan Malaysia Ke-10*. Malaysia.
- Khatena, J. & Torrance, E. P. (1998). *Manual for Khatena-Torrance Creative Perception Inventory*. Bensenville, Illinois: Scholastic Testing Service.
- Kleine, S. S., Kleine III, R. E. & Laverie, D. A. (2001). Exploring How Role-Identity Development Stage Moderates Person-Possession Relations. *Research In Consumer Behavior*. 10, 127-163.
- Krehbiel, B. L. (2004). *Basic Statistics: Concepts and Application*. (9th ed.) Pearson Prentice Hall.
- Krejcie, R. V. & Morgan, D. V. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*. 30, 607-610.
- Laupa Junus (2010, 27 Januari). MI2010 Anjakan Inovasi Tempatan. *Utusan Malaysia*. Diakses pada 6 Mac, 2011, daripada <http://www.utusan.com.my>
- Laverie, Debra, Kleine, III, R. E., & Kleine, S. S. (1993). *Linking Emotions and Values in Consumption Experiences: An Explanatory Study*. Dalam McAllister, L. & Rothschild, M. L. Provo (Eds.) *Advances in Consumer Research* (pp. 70-75). Utah: Association for Consumer Research.
- Levy, P. S. & Lemeshow, S. (1991). *Sampling of Populations: Method and Applications*. (2nd ed.). New York: John Wiley & Sons, Inc.

- Madjar, N., Oldham, G. R. & Pratt, M. G. (2002). There's No Place Like Home?: The Contributions of Work and Nonwork Creativity Support to Employees' Creative Performance. *Academy of Management Journal*. 45, 757-767.
- Markus, H. (1977). Self-Schemata and the Processing of Information About the Self. *Journal of Personality and Social Psychology*. 35, 63-78.
- Marliyana Yaacob (2005). *Penilaian Kreativiti Guru Pelatih Diploma Kejuruteraan Serta Pendidikan Terhadap Keberkesanan Pengajaran dan Pembelajaran*. Tesis Ijazah Sarjana Pendidikan, Universiti Tun Hussein Onn Malaysia, Johor.
- Martocchio, J. J. (2003). *Research in Personnel and Human Resources Management*. Oxford, UK: Elsevier Ltd.
- May, R. (1959). *The Nature of Creativity*. New York: Harper & Brothers.
- McCall, G. & Simmons, J. L. (1978). *Identities and Interaction*. New York: Free Press.
- Md. Idris, K. & Ayob, A.M. (2002). Peranan Sikap dalam Gelagat Kepatuhan Zakat Pendapatan Gaji. *Analisis*, 9(1&2), 171-191.
- Meyers, L. S., Gamst, G. & Guarino, A. J. (2006). *Applied Multivariate Research: Design and Interpretation*. California, USA: Sage Publication, Inc.
- Mohamad Najib Abdul Ghafar (1999). *Penyelidikan Pendidikan*. Skudai: Penerbit UTM.
- Mohd Majid Konting (2000). *Kaedah Penyelidikan Pendidikan*. (5th ed.) Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Mohd Noor Azli Ali Khan (2010). *Pelaporan Kewangan Menerusi Internet: Indeks, Tahap Pelaporan dan Faktor Penentunya*. Tesis Ijazah Doktor Falsafah Perniagaan, Universiti Utara Malaysia, Sintok.

- Mohd. Azhar Abd. Hamid, Sanitah Mohd. Yusuf, Esa Khalid & Othman A. Kassim (2003). Kreativiti, Invensyen dan Inovasi: Suatu Cadangan Matapelajaran pada Peringkat Sekolah Menengah. 71-83.
- Mokhtar Abdullah (1992). *Pengenalan Kaedah Ekonometrik*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Mumford, R. J. & Gustafson, T. (1988). *Developing Critical Thinking and Problem Solving Abilities*. San Fransisco: Jossey Bass Inc.
- Noor Azmi Ibrahim (1998). Pembangunan Kurikulum Abad Ke-21. *Berita Kurikulum*. 9(1), 6-7.
- Nor Hartini Saari (2010, 20 Ogos). *Pembudayaan Inovasi dan Kreativiti dalam Organisasi*. *Utusan Malaysia*. Diakses pada 22 Februari, 2011, daripada <http://www.utusan.com.my>
- Oldham, G. R. & Cummings, A. (1996). Employee Creativity: Personal and Contextual Factors at Work. *Academy of Management Journal*. 39(3), 607-634.
- Palaniappan, A. K. (2002). *Creativity in the Teaching and Learning of Social Science*. Dalam A. R. A. Rashid (Ed.) *Teaching and Learning of Social Science: Theory and Practice*. Kuala Lumpur: University Malaya Publishers.
- Paper, D., Chang, R. & Rodger, J. A. (2000). The Role of Creativity in Business Improvement Paradigms: US versus Japanese Firms. *Journal of Systems & Information Technology*. 4(1), 8-22.
- Petkus, E. (1996). The Creative Identity: Creative Behavior from the Symbolic Interactionist Perspective. *Journal of Creative Behavior*. 30, 188-196.
- Petrowski, M. J. (2000). Creativity Research: Implications for Teaching, Learning and Thinking. *Reference Services Review*. 28(4), 304-312.

- Piliavin, J. A. & Callero, P. L. (1991). *Giving Blood: The Development of an Altruistic Identity*. Baltimore: Johns Hopkins.
- Preacher, K. J., Rucker, D. D. & Hayes, A. F. (2007). Addressing Moderated Mediation Hypothesis: Theory, Methods, and Prescriptions. *Multivariate Behav. Res.* 42(1), 185-227.
- Rejskind, G. (2000). TAG Teachers: Only the Creative Need Apply. *Roeper-Review*. 22, 153-157.
- Rhoades, L. & Eisenberger, R. (2002). Perceived Organization Support: A Review of the Literature. *Journal of Applied Psychology*. 87, 698-714.
- Rhodes, J. M. (1961). An Analysis of Creativity. *Phi Delta Kappan*. 42, 302-310.
- Riley, A. & Burke, P. J. (1995). Identities and Self-Verification in the Small Group. *Social Psychology Quarterly*. 58, 61-73.
- Roscoe, J. T. (1975). *Fundamental Research Statistics for the Behavioral Sciences*. (2nd ed). New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Runco, M. A. & Albert, R. S. (1990). *Theories of Creativity*. Newbury Park, California: Sage.
- Sekaran, U. (2003). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*. (4th ed.). USA: John Wiley & Sons, Inc.
- Som & Mohd Dahalan (1998). *Kemahiran Berfikir Secara Kritis dan Kreatif*. Kuala Lumpur: Longman Malaysia Sdn. Bhd.
- Sousa, C. M. P. & Coelho, F. (2009). *From Personal Values to Creativity: Evidence from Frontline*. Belum Diterbitkan, Emerald Group Publishing Limited.

- Stefanie De Man, Vandaele, D. & Gemmel, P. (2004). *The Waiting Experience and Consumer Perception of Service Quality in Outpatient Clinics*. Universiteit Geint, Belgium.
- Sternberg, R. J. & Lubart, T. I. (1999). *The Concept of Creativity: Prospects and Paradigms*. Dalam Sternberg, R. J. (Ed.) *Handbook of Creativity*. (pp. 3-15). Cambridge: Cambridge University Press.
- Stryker, S. (1977). Developments in "Two Social Psychologies": Toward an Appreciation of Mutual Relevance. *Sociometry*. 40, 145-160.
- Stryker, S. (1980). *Symbolic Interactionism: A Socio-Structural Version*. Menlo Park, California: Benjamin/Cummings.
- Tae-Yeol Kim, Hon, A. H. Y. & Deog-Ro Lee (2010). Proactive Personality and Employee Creativity: The Effects of Job Creativity Requirement and Supervisor Support for Creativity. *Creativity Research Journal*. 22(1), 37-45.
- Torrance, E. P. (1962). *Guiding Creative Talent*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Turner, R. H. (1978). The Role and the Person. *American Journal of Sociology*. 84(7), 1-23.
- Universiti Teknologi Malaysia (2010). *About UTM*. Diakses pada 7 Mac, 2011, daripada <http://www.utm.my/aboututm/about-utm.html>
- Vernon, P. E. (1967). Psychological studies of creativity. *Journal of Child Psychology and Psychiatry*. 8, 153-164.
- Walberg, H. J., Tsai, S., Weinstein, T., Gabriel, C. L., Rasher, S. P., Rosecrans, T., Rovai, E., Ide, J., Trujillo, M. & Vukosavich, P. (1981). Childhood Traits and Environmental Conditions of Highly Eminent Adults. *Gifted Child Quarterly*. 25, 103-107.

- Wallas, G. (1926). *The Art of Thought*. London: C. A. Watts.
- Wongtada, N. & Rice, G. (2008). Multidimensional Latent Traits of Perceived Organizational Innovation: Differences Between Thai and Egyptian Employees. *Asia Pacific Journal of Management*.
- Woodman, R. W., Sawyer, J. E. & Griffin, R. W. (1993). Toward a Theory of Organizational Creativity. *Academy of Management Journal*. 18, 293-321
- Wycoff, J. & Ricardson, T. (1995). *Transformation Thinking: Tools and Techniques that Open the Door to Powerful New Thinking for Every Member of Your Organization*. New York: Berkley Books.
- Zaini Ujang (2010). *Budaya Inovasi: Prasyarat Model Baru Ekonomi*. Skudai: Penerbit UTM Press.
- Zhou, J. & George, J. M. (2001). When Job Dissatisfaction Leads to Creativity: Encouraging the Expression of Voice. *Academy of Management Journal*. 44, 682-696.
- Zhou, J. & Shalley, C. E. (2003). *Research on Employee Creativity: A Critical Review and Proposal for Future Research Direction*. Dalam J. J. Martocchio dan G. R. Ferris (Eds.) *Research in Personnel and Human Resource Management*. Oxford, England: Elsevier.
- Zulkarnain Zakaria & Hishamuddin Md. Som (2001). *Analisis Data: Menggunakan SPSS Windows*. Skudai: Penerbit UTM.