

ASPEK NILAI DALAM KOMUNIKASI DAN PERBANDINGAN
TAHAP AMALAN BERDASARKAN FAKTOR DEMOGRAFI
STAF PENTADBIRAN MELAYU ISLAM NEGERI KEDAH

NAZIRAH BINTI ABDUL ROHMAN

UNIVERSITI TEKNOLOGI MALAYSIA (UTM)

ASPEK NILAI DALAM KOMUNIKASI DAN PERBANDINGAN
TAHAP AMALAN BERDASARKAN FAKTOR DEMOGRAFI
STAF PENTADBIRAN MELAYU ISLAM NEGERI KEDAH

NAZIRAH BINTI ABDUL ROHMAN

Laporan projek ini dikemukakan untuk memenuhi sebahagian daripada syarat
penganugerahan Ijazah Sarjana Sains
(Pembangunan Sumber Manusia)

Fakulti Pengurusan
Universiti Teknologi Malaysia

SEPTEMBER, 2013

DEDIKASI

*Buat insan-insan teristimewa,
Ayah, Abdul Rohman bin Ebau Noi dan Arwah Ibu, Ku Paridah bt Ku Idris,
Muniroh, Nor Syafina, Muhamad Nizar,
Yang banyak memberi sokongan dan dorongan yang membina kepadaku,
Semoga dengan kejayaan ini dapat memberi inspirasi
Untuk mencapai kejayaan pada masa akan datang....*

*Kepada Sahabat Seperjuangan,
Yang sentiasa menempuh suka dan duka...*

*Buat Penyelia Disertasi, Dr. Hashim Fauzy bin Yaacob,
Yang telah mendidik dan memberi idea dengan penuh sabar dan berdedikasi...*

*Rakan-rakan dari Fakulti Pengurusan,
Yang banyak memberi idea dan membantu dalam usaha menyiapkan kajian ini...*

*Terima kasih atas galakan, nasihat dan bimbingan kalian semua,
Kehadiran kalian memberi memori yang terindah dalam hidup ini,
Kami akan tetap mengingati jasa dan budi kalian semua,
Semoga kita sentiasa dalam rahmatNya.
Terima kasih semua.*

PENGHARGAAN

Sebelum bermulanya laporan kajian, pengkaji ingin mengambil kesempatan ini untuk menyampaikan penghargaan ikhlas kepada penyelia projek, Dr. Hashim Fauzy bin Yaacob di atas bimbingan dan nasihat yang diberi sepanjang tempoh penyelidikan projek ini.

Selain ini, pengkaji juga ingin mengucapkan ribuan terima kasih kepada penilai disertasi iaitu Dr. Koharuddin dan En. Mohd Nasir yang mengutarakan pandangan dan idea yang bernas bagi menjayakan projek penyelidikan ini.

Di samping itu, kerjasama dan tunjuk ajar daripada pihak Fakulti Pengurusan dan semua pelajar tahun akhir kursus Sarjana Pembangunan Sumber Manusia adalah amat dihargai, tanpa sokongan dan bantuan mereka, projek disertasi ini tidak dapat diselesai dengan berjaya.

Akhirnya, pengkaji ingin menyampaikan setinggi-tinggi penghargaan dan terima kasih kepada sesiapa yang sama ada secara langsung dan tidak langsung membantu dalam menjayakan projek ini.

ABSTRAK

Kajian ini bertujuan untuk mengenalpasti nilai-nilai komunikasi orang Melayu Islam, pembangunan instrumen untuk kajian nilai-nilai komunikasi orang Melayu dalam pentadbiran, melihat sejauhmana tahap amalan nilai-nilai komunikasi dalam kalangan staf pentadbiran di Pejabat Daerah Negeri Kedah dan melihat perbandingan tahap amalan nilai-nilai komunikasi berdasarkan faktor demografi. Seramai 250 borang soal selidik telah diedarkan kepada responden secara persampelan bertujuan. Data dianalisis dengan menggunakan perisian “*Statistical Package for Social Science*” (SPSS) versi 16.0. Analisis dibuat dengan menggunakan kaedah statistik deskriptif iaitu peratusan, kekerapan, min dan sisihan piawai dan kaedah statistik inferensi iaitu t-test dan ANOVA. Hasil dapatan kajian ini mendapati bahawa 106 nilai-nilai komunikasi telah dikenalpasti dan terdiri daripada tiga dimensi iaitu dimensi hubungan (80 item nilai), dimensi maklumat (21 item nilai) dan dimensi hubungan-maklumat (5 item nilai). Tahap amalan dalam kalangan staf pentadbiran di Pejabat Daerah Negeri Kedah terhadap nilai-nilai komunikasi adalah sangat tinggi. Dapatan kajian mendapati tidak terdapat perbezaan yang wujud antara tahap amalan nilai-nilai komunikasi berdasarkan faktor demografi.

ABSTRACT

The purpose of this research was to examine the values of communication Muslim Malays, instrument development to study the values of the Malays in the administration of communications, to identify at how the level of values The communication among administrative staff in the district office Kedah and to determine the level of the comparison-the communication based on demographic factors. A total of 250 questionnaires were distributed to respondents' purposive sampling. Data were used as the main instrument for the research and the data obtained were analysed using “*Statistical Package for Social Science*” (SPSS) version 16.0. Analysis was done by using descriptive statistics: percentage, frequency, mean and standard deviation and inferential statistical: t-test and ANOVA. The findings of this study found that 106 values of communication have been identified and consists of three dimensions of relationship dimensions (80 items value), the dimensions of information (item 21 value) and contact-information dimension (5 items value). The practice among the administrative staff in the district office of the State of Kedah communication values are very high. Results showed that no significant difference exists between the level of communication values based on demographic factors.

KANDUNGAN

BAB	PERKARA	MUKA SURAT
	ABSTRAK	i
	ABSTRACT	ii
	KANDUNGAN	iii
	SENARAI JADUAL	iv
	SENARAI RAJAH	v
	SENARAI SIMBOL DAN SINGKATAN	vi
	SENARAI LAMPIRAN	vii
BAB	PENDAHULUAN	1
1	1.1 Pengenalan	1
	1.2 Penyataan Masalah	4
	1.3 Persoalan Kajian	9
	1.4 Objektif Kajian	9
	1.5 Skop Kajian	10
	1.6 Definisi Istilah Konseptual	11
	1.7 Definisi Istilah Operasional	13
	1.8 Batasan Kajian	15
	1.9 Rumusan	15

BAB	KAJIAN LITERATUR	16
2	2.1 Pengenalan	16
	2.2 Nilai-nilai Komunikasi	17
	2.3 Teori-teori Budaya Organisasi	22
	2.3.1 Lapisan Budaya Schein (1985)	23
	2.3.2 Lapisan Budaya Hofstede (1994)	25
	2.3.3 Lapisan Budaya Trompenaars (1995)	27
	2.3.4 Teori Nilai dalam Organisasi	29
	2.4 Teori Nilai Komunikasi dalam Organisasi	31
	2.5 Nilai-nilai Masyarakat Malaysia	32
	2.5.1 Nilai Orang Melayu Islam	34
	2.5.2 Nilai dalam Organisasi di Malaysia	40
	2.6 Nilai Komunikasi Masyarakat Melayu	48
	2.7 Integrasi Teori Sebagai Asas Kajian	53
	2.8 Rumusan	56
BAB	KAEDAH KAJIAN	57
3	3.1 Pengenalan	57
	3.2 Rekabentuk Kajian	58
	3.2.1 Hipotesis Kajian	61
	3.3 Lokasi Kajian	61
	3.3.1 Latar belakang Tempat Kajian	62
	3.4 Populasi dan Persampelan Kajian	66
	3.5 Instrumen Kajian	70
	3.5.1 Soal Selidik	73
	3.5.2 Kajian Rintis	78
	3.5.3 Kebolehpercayaan (<i>Reliability</i>)	79
	3.6 Kaedah Mengumpul Data	80
	3.7 Analisis Data	80

	3.7.1 Analisis Data Secara Deskriptif	81
	3.7.2 Analisis Data Secara Inferensi	82
3.8	Andaian Analisis untuk Multivariat	83
	3.8.1 Ujian Normaliti	83
3.9	Rumusan	83
BAB	DAPATAN KAJIAN	83
4	4.1 Pengenalan	83
	4.2 Latar Belakang Responden	84
	4.3 Objektif Kajian Pertama: Pengenalpastian nilai-nilai komunikasi	87
	4.4 Objektif Kajian Kedua : Pembinaan Item bagi Instrumen Kajian	87
	4.4.1 Kajian Rintis Pertama dan Kedua	87
	4.4.2 Faktor Analisis: Perkaitan Item Antara Dimensi	89
	4.5 Pembinaan Item Soal Selidik Berdasarkan Kluster	90
	4.5.1 Nilai-nilai Komunikasi Mengikut Dimensi Hubungan	90
	4.5.2 Nilai-nilai Komunikasi Mengikut Dimensi Maklumat	91
	4.5.3 Nilai-nilai Komunikasi Mengikut Dimensi Hubungan-Maklumat	91
	4.5.4 Cadangan Soal Selidik Terakhir Mengikut Kluster	92
	4.6 Objektif Kajian Ketiga : Mengenalpasti Nilai-nilai Komunikasi yang berkedudukan tertinggi dan terendah diamalkan oleh Staf Pentadbiran Awam di Negeri Kedah	103
	4.7 Objektif Kajian Keempat : Tahap Amalan Staf	

	Pentadbiran Terhadap Nilai-nilai Komunikasi dalam Organisasi Pentadbiran Awam di Negeri Kedah	104
	4.7.1 Dimensi Hubungan	104
	4.7.2 Dimensi Maklumat	105
	4.7.3 Dimensi Hubungan-Maklumat	106
4.8	Item bagi Nilai-nilai Komunikasi Tertinggi dan Terendah Mengikut Min	107
4.9	Objektif Kajian Kelima : Perbandingan Tahap Amalan Nilai-nilai Komunikasi Berdasarkan Faktor Demografi bagi Staf Pentadbiran dalam Organisasi Pentadbiran Awam di Negeri Kedah	108
	4.9.1 Perbandingan Tahap Amalan Nilai-nilai Komunikasi Mengikut Faktor Jantina	109
	4.9.2 Perbandingan Tahap Amalan Nilai-nilai Komunikasi Mengikut Kumpulan Umur	110
	4.9.3 Perbandingan Tahap Amalan Nilai-nilai Komunikasi Mengikut Tahap Pendidikan	112
	4.9.4 Perbandingan Tahap Amalan Nilai-Nilai Komunikasi Mengikut Gred Jawatan	114
	4.9.5 Perbandingan Tahap Amalan Nilai-Nilai Komunikasi Mengikut Jabatan	116
4.10	Rumusan	118
BAB	RUMUSAN, PERBINCANGAN DAN CADANGAN	119
5	5.1 Pengenalan	119
	5.2 Rumusan Kajian	120
	5.3 Perbincangan Kajian	123
	5.3.1 Latar Belakang Responden	124
	5.3.2 Objektif Kajian Pertama: Mengenalpasti	

nilai-nilai komunikasi orang Melayu Islam	124
5.3.3 Objektif Kajian Kedua: Pembetulan Instrumen Soal selidik bagi Mengkaji Nilai-nilai Komunikasi Orang Melayu Islam dalam Pentadbiran	125
5.3.4 Objektif Ketiga: Mengenalpasti nilai-nilai komunikasi paling tertinggi dan terendah	126
5.3.5 Objektif Kajian Keempat: Melihat tahap amalan terhadap nilai-nilai komunikasi	127
5.3.6 Objektif Kajian Kelima: Melihat perbandingan tahap amalan nilai-nilai komunikasi berdasarkan faktor demografi	132
5.4 Implikasi Kajian	135
5.5 Cadangan Kajian	137
5.5.1 Cadangan Untuk Organisasi	137
5.5.2 Cadangan Kajian Lanjutan	138
5.6 Cadangan Kepada Pembentukan Teori	139
5.7 Kesimpulan	140

SENARAI JADUAL

No.	TAJUK	MUKA SURAT
3.1	Populasi Kependudukan Negeri Kedah dari Tahun 1980 - 2010	62
3.2	Penjelasan Nilai Alpha Cronbach (α)	73
3.3	Min Skor Bagi Nilai-nilai Komunikasi Paling Dominan dan Tahap Amalan Nilai-nilai Komunikasi	78
3.4	Min Skor Bagi Nilai-nilai Komunikasi Paling Dominan dan Tahap Amalan Nilai-nilai Komunikasi	80
4.1	Latar Belakang Responden Kajian	86
4.2	Analisis nilai-nilai komunikasi bagi dimensi hubungan	90
4.3	Analisis nilai-nilai komunikasi bagi dimensi maklumat	91
4.4	Analisis nilai-nilai komunikasi bagi dimensi hubungan-maklumat	91
4.5	Soal selidik bagi dimensi hubungan	92
4.6	Soal selidik bagi dimensi maklumat	99
4.7	Soal selidik bagi dimensi hubungan-maklumat	102
4.8	Analisis dimensi bagi nilai-nilai komunikasi yang paling dominan	104
4.9	Dimensi hubungan	105

4.10	Dimensi maklumat	106
4.11	Dimensi hubungan-maklumat	107
4.12	Sepuluh item nilai-nilai komunikasi tertinggi dan terendah mengikut min	108
4.13	Analisis perbandingan tahap amalan nilai-nilai komunikasi mengikut jantina	110
4.14	Analisis perbandingan tahap amalan nilai-nilai komunikasi mengikut kumpulan umur	111
4.15	Analisis perbandingan tahap amalan nilai-nilai komunikasi mengikut tahap pendidikan	113
4.16	Analisis perbandingan tahap amalan nilai-nilai komunikasi mengikut gred jawatan	115
4.17	Analisis perbandingan tahap amalan nilai-nilai komunikasi mengikut jabatan	117

SENARAI RAJAH

No. SURAT	TAJUK	MUKA
2.1	Lapisan Budaya Schein (1985)	24
2.2	Lapisan Budaya Hofstede (1994)	27
2.3	Lapisan Budaya Trompenaars (1995)	28
2.4	Integrasi Teori Sebagai Asas Kajian	56
3.1	Carta Aliran bagi Pelaksanaan Kajian	60
3.2	Struktur Pentadbiran Negeri Kedah	65
3.3	Diagram Persampelan Kajian bagi Nilai-nilai Komunikasi	69
3.4	Diagram Instrumen Nilai-nilai Komunikasi	73
4.1	Perkaitan antara item-item mengikut dimensi hubungan, dimensi maklumat dan dimensi hubungan-maklumat	90

SENARAI SIMBOL DAN SINGKATAN

ANOVA	-	<i>Analysis of Variance</i>
INTAN	-	<i>Institut Tadbiran Awam Negara</i>
SPSS	-	<i>Statistical Package for Social Science</i>
UUM	-	Universiti Utara Malaysia

SENARAI LAMPIRAN

LAMPIRAN

TAJUK

- Lampiran A Teori Nilai Rokeach 1973
- Lampiran B Jadual Populasi dan Persampelan Krejcie dan Morgan 1970
- Lampiran C Nilai-nilai Umum Masyarakat Melayu Islam dan Nilai Pengurusan
- Lampiran D 110 Nilai-nilai Masyarakat Melayu Islam
- Lampiran E 106 Nilai-nilai Komunikasi Orang Melayu Islam dalam Pentadbiran
- Lampiran F Nilai-nilai Komunikasi mengikut Dimensi
- Lampiran G Borang Soal Selidik Nilai-nilai Komunikasi Melayu Muslim dalam Pentadbiran
- Lampiran H Nilai-nilai komunikasi mengikut nilai min
- Lampiran I Analisis ujian ANOVA berdasarkan faktor demografi
- Lampiran J Ujian Normaliti (skewness dan kurtosis)
- Lampiran K Surat Organisasi (Kajian Rintis dan Kajian Sebenar)
- Lampiran L Borang Penilaian Pakar (Rujukan pakar bagi mengesahkan item soal selidik)

BAB I

PENGENALAN

1.1 Pengenalan

Malaysia mempunyai masyarakat pelbagai yang terdiri daripada bangsa Melayu, Cina, India dan lain-lain yang mana setiap etnik mempunyai budaya, agama, adat dan tradisi yang tersendiri. Bagi memastikan keamanan negara Malaysia, penerapan nilai-nilai murni terhadap setiap etnik dititikberatkan (Asma, 1992). Secara umumnya, penerapan nilai-nilai murni dalam kalangan rakyat dapat mewujudkan perpaduan kaum yang terdapat di Malaysia. Menurut Asmah (2002) dalam bukunya *Setia dan Santun Bahasa* menegaskan bahawa perpaduan merupakan kaedah untuk mewujudkan ketertiban sosial dalam masyarakat pelbagai etnik khususnya di Malaysia. Hal ini dapat mengelakkan berlakunya salah faham khususnya dalam konteks komunikasi antara etnik.

Menyentuh isu nilai, penghayatan nilai-nilai murni dalam kalangan masyarakat Melayu Islam dipengaruhi oleh unsur-unsur keagamaan yang tersendiri (Ahmad Bashir, 2004). Terdapat nilai-nilai masyarakat Melayu Islam telah ditentukan dan tidak boleh diubah iaitu berpandukan kepada al-Quran dan sunnah. Dalam aspek pergaulan, masyarakat Melayu Islam diajar untuk tidak mengatakan sesuatu yang boleh menyinggung perasaan orang lain dan mengkritik secara terbuka. Menurut Norazit (1995), orang Melayu Islam yang sempurna adalah individu yang tahu adab dan bertingkah laku sepatutnya serta bersesuaian dengan persekitaran tertentu.

Nilai mula mendapat perhatian ramai pengkaji dan dilihat sebagai aspek penting dalam persekitaran organisasi. Aspek nilai mempunyai pengaruh yang sangat besar dalam hubungan sesama manusia kerana kewujudan nilai menentukan tingkahlaku seseorang individu. Menurut Zainal (2003), pengamalan nilai-nilai positif mahupun negatif dalam kehidupan akan mempengaruhi tingkahlaku dan sikap seseorang individu. Hal ini kerana nilai dianggap suatu elemen yang terselindung dalam diri setiap individu. Oleh itu, nilai digunakan sebagai pendekatan untuk mengukur tingkah laku dan sikap individu (Rokeach, 1973).

Sehubungan dengan itu, aspek nilai amat penting kepada kakitangan perkhidmatan awam kerana aspek nilai dapat mempengaruhi tingkahlaku dalam menjalin hubungan sosial yang positif mengelak konflik dan salah faham dengan orang lain terutama pelanggan. Menurut Zainal (2003), dengan mengamalkan nilai-nilai dalam pengurusan organisasi secara bersama akan mempengaruhi prestasi dan produktiviti bagi organisasi tersebut. Nilai menjadi teras kepada budaya bagi setiap organisasi (Schein, 1992). Nilai-nilai pengurusan dalam organisasi merangkumi asas tingkah laku yang sama supaya pekerja dalam organisasi menuju ke arah tujuan yang sama.

Penerapan nilai-nilai pengurusan sangat penting terutamanya dalam kalangan kakitangan perkhidmatan awam di Malaysia kerana peranan dan tanggungjawab kakitangan awam lebih rumit dan mencabar (Ahmad Sarji, 1991). Berdasarkan kajian tentang nilai-nilai pengurusan yang diamalkan oleh pengurus di Malaysia, Shephard (1991) telah mengemukakan sepuluh nilai pengurusan utama menurut perspektif pengurus iaitu kejelasan matlamat, kerjasama, ketegasan, komitmen, pencapaian, bertanggungjawab, memberi nasihat, meritokrasi, kreativiti dan ketepatan masa. Menurut Ahmad Sarji (1991) dalam buku Penerapan Nilai dan Budaya Kerja Cemerlang dalam Perkhidmatan Awam menegaskan bahawa penekanan terhadap aspek nilai khususnya dalam konteks pengurusan dan pentadbiran organisasi perlu diberi perhatian dengan lebih serius kepada kakitangan awam khususnya kepada kakitangan awam dibahagian pentadbiran organisasi. Hal ini supaya staf pentadbiran dapat melaksanakan tugas dengan lebih telus dan berwibawa.

Termasuk dalam aspek nilai ialah penerapan nilai-nilai komunikasi dalam proses pelaksanaan tugas kakitangan perkhidmatan awam (Ahmad Sarji, 1991). Menurut Harcot *et. al* (1996), kakitangan bahagian pentadbiran menggunakan 60 peratus masa bekerja untuk berkomunikasi iaitu dengan menggunakan pelbagai bentuk komunikasi. Jelaslah bahawa penerapan nilai-nilai komunikasi dalam kalangan kakitangan pentadbiran awam memang dititikberatkan. Nilai-nilai dalam komunikasi dilihat mempengaruhi amalan dalam organisasi seperti dalam aspek kepimpinan, pembuatan keputusan, pengurusan konflik dan sebagainya (Abdul Mu'ati, 2001).

Kesimpulannya, nilai-nilai dalam komunikasi perlu dititikberatkan kerana nilai-nilai dalam komunikasi secara tidak langsung dapat menghasilkan pekerja yang berwibawa dan mendorong kepada produktiviti pekerja dan organisasi. Nilai-

nilai dalam komunikasi ini penting kepada anggota perkhidmatan awam kerana dapat membantu mereka untuk berkomunikasi dengan orang lain dengan lebih efektif dan mencapai apa yang diinginkan.

1.2 Pernyataan Masalah

Usaha untuk merealisasikan aspirasi-aspirasi negara seperti perpaduan negara, pembentukan negara maju, pembentukan budaya bersama, kerjasama antara kaum, pengurusan sektor awam cemerlang dilihat boleh dicapai melalau sistem nilai yang baik. Menurut Rokeach (1973), pengukuran tingkahlaku dan sikap bagi setiap individu adalah berdasarkan kepada sistem nilai. Kehakisan nilai-nilai integriti dikalangan staf mengakibatkan wujudnya kepincangan salah laku di sektor kerajaan mahupun swasta (Musatafar, 2004). Nilai-nilai akan membentuk staf yang mempunyai tingkahlaku yang baik (Ones *et. al.*, 2003; Mikulay dan George, 2001) dan bebas daripada tingkahlaku tidak produktif (Mikulay dan George, 2001). Antara tingkahlaku tidak produktif adalah mencuri, vandalisme, memanjangkan waktu rehat tanpa kebenaran dan ponteng kerja (Mikulay dan George, 2001). Menurut Ahmad Sarji (1991), nilai-nilai semasa berkomunikasi dilihat berkait rapat dengan nilai-nilai yang diamalkan dalam organisasi (Zainal, 2003). Pengkaji terdahulu banyak menjalankan kajian tentang aspek nilai sebagai elemen utama dalam kajian, antaranya Morsing dan Schultz (2006); Allport (1961); Rokeach (1973); Peters dan Waterman (1992); Seeger (2007); Cornelissen (2011); Melewar *et. al* (2006) dan Schwartz (1994). Namun, kajian yang dijalankan oleh pengkaji-pengkaji berkenaan dikenalpasti tidak berfokuskan kepada aspek nilai-nilai komunikasi dalam pengurusan organisasi.

Kajian tentang nilai yang membentuk budaya organisasi juga masih terbatas. Berdasarkan kajian oleh Rokeach (1973), beliau hanya memberi tumpuan terhadap nilai dalam konteks peribadi dan sosial iaitu nilai yang mempengaruhi sikap dan tingkah laku individu dalam setiap aspek kehidupan. Kajian yang dijalankan adalah bertujuan untuk melihat dengan lebih teliti tentang sikap dan tingkahlaku individu berdasarkan kepada kategori nilai yang dikemukakan iaitu nilai terminal dan nilai sentimental yang terdiri daripada 18 item bagi setiap kategori nilai.

Seperti kajian yang membentuk budaya organisasi, kajian tentang nilai komunikasi masih lagi kurang dijalankan (Godwin Chu (1988) dan Menon (1994). Selain itu, penyelidikan tentang nilai komunikasi yang ada lebih kepada budaya komunikasi menurut perspektif Barat. Kebanyakan kajian yang dijalankan oleh penyelidik Barat dilihat lebih menekankan kepada faktor-faktor yang mendorong berlakunya pengaruh nilai seperti faktor hierarki, faktor persekitaran organisasi dan faktor sosial tetapi tidak menumpukan terhadap kajian dalam aspek nilai-nilai komunikasi. Menon (1994) dalam kajiannya menjelaskan bahawa teori komunikasi yang dikemukakan oleh pengkaji di Barat dilihat kurang bersesuaian untuk diaplikasikan di Asia ekoran daripada budaya dan cara hidup masyarakat di Barat dan Asia mempunyai perbezaan yang ketara. Keadaan ini turut disokong oleh Hofstede (1980) dan kajian tentang dimensi budaya GLOBE. Justeru itu, perlunya kajian tentang nilai-nilai komunikasi menurut perspektif Asia khususnya masyarakat Melayu Islam dan diaplikasikan dalam kalangan masyarakat Asia.

Anani (2000) dalam jurnal "*Pengukuhan Nilai dan Profesionalisme dikalangan Penjawat Awam Ke Arah Efektif Governan Di Malaysia*", menjelaskan bahawa pihak pengurusan perlu memberi penekanan terhadap nilai-nilai berkomunikasi dalam kalangan penjawat awam. Beliau menyedari kepentingan nilai-nilai berkomunikasi dapat membantu individu dalam proses pembangunan diri

(*self-development*). Pengamalan nilai-nilai berkomunikasi dilihat dapat membentuk budaya organisasi yang baik dan positif (Zainal, 2003). Oleh itu, perlunya kajian untuk mengenalpasti nilai-nilai komunikasi dalam konteks pengurusan organisasi menurut perspektif di Malaysia.

Berdasarkan Deal & Kennedy (1982) dalam bukunya "*Corporate Culture: The Rites and Rituals of Corporate Life*" budaya suatu proses komunikasi. Ini dijelaskan melalui proses pengumpulan cerita, perkongsian maklumat, pengawalan mesej dan adanya maklumat tambahan semasa proses penyampaian itu berlaku. Namun begitu, kebanyakan kajian yang dijalankan oleh sarjana dalam bidang komunikasi lebih menumpukan kepada komunikasi massa, komunikasi antara budaya, komunikasi interpersonal dan komunikasi pengurusan.

Di Malaysia, terdapat beberapa kajian yang dijalankan berhubung dengan nilai iaitu Asma (1992), Nik Abd. Rashid (1982), Ahmad Sarji (1991), Asma dan Pedersen (2003), Asmah (2002), Metzger (2009), Shephard (1991) dan lain-lain. Dalam buku "*Understanding the Malaysian Workforce*" oleh Asma (1992) telah memuatkan kajian berkaitan nilai-nilai dalam pengurusan yang diamalkan oleh pengurus dan pekerja di Malaysia. Walaubagaimanapun, berdasarkan kepada pengkaji-pengkaji lepas yang menjalankan kajian tentang nilai, tidak banyak kajian yang dijalankan menyentuh tentang nilai-nilai komunikasi dalam pentadbiran organisasi.

Terdapat juga kajian yang dijalankan berkenaan dengan komunikasi iaitu Hashim Fauzy (2008), Abdul Mua'ti @ Zamri Ahmad (2001), Razali (1996), Mohd Safar dan Fatimah (1998), Metzger (2009), Asmah (2002) dan lain-lain. Sebagai contoh, Hashim Fauzy (2007) dalam kajiannya hanya berfokuskan kepada

kompetensi komunikasi antara budaya dan tidak menyentuh tentang nilai-nilai komunikasi dalam organisasi, khususnya berkaitan orang Melayu dan pentadbiran.

Perkhidmatan awam khususnya merupakan salah sebuah organisasi yang sememangnya menitikberatkan elemen-elemen nilai dalam pengurusan. Hal ini akan membolehkan organisasi mentadbir dengan cekap dan berkesan di samping mampu bersaing dengan negara maju yang lain (Ahmad Sarji, 1991). Penekanan dalam aspek nilai ini bukan sahaja tertumpu kepada pengurus di peringkat atasan, malah tumpuan juga diberikan kepada pekerja di peringkat pentadbiran organisasi. Namun demikian, kajian-kajian tentang staf pentadbiran masih lagi kurang dijalankan. Hal ini bukan bermakna mereka tidak mempunyai sebarang kepentingan dalam organisasi. Walaupun kajian kurang dijalankan terhadap staf pentadbiran, ini tidak bermakna nilai dalam komunikasi tidak dititikberatkan.

Justeru itu, kajian ini akan dijalankan di Negeri Kedah dan melibatkan staf pentadbiran Melayu Islam di Pejabat Daerah Negeri Kedah. Hal ini ekoran daripada terdapat masalah yang dikenalpasti iaitu tentang kurangnya kesedaran terhadap amalan nilai-nilai komunikasi dalam kalangan staf pentadbiran Melayu Islam di organisasi awam khususnya di Pejabat Daerah Negeri Kedah (Bakar, 2012). Amalan nilai-nilai dalam komunikasi perlu diberi perhatian yang serius kerana staf pentadbiran sememangnya bertanggungjawab untuk berurusan dengan orang awam (Mohd Sidek, 2008). Staf pentadbiran di Pejabat Daerah Negeri Kedah dikenalpasti secara majoritinya terdiri daripada orang Melayu Islam (Bakar, 2012) dan hal ini bersesuaian dengan kajian yang dijalankan.

Sehubungan dengan itu, pengkaji mendapati pengkaji-pengkaji terdahulu secara perbandingannya kurang memberi perhatian terhadap nilai-nilai komunikasi

dalam kalangan staf pentadbiran yang merupakan individu penting dalam sesebuah organisasi. Justeru itu, kajian ini dijalankan untuk mengenalpasti nilai-nilai komunikasi yang terdapat dalam organisasi dan melihat sejauhmana tahap amalan nilai-nilai komunikasi tersebut. Selain itu, kajian ini turut mengenalpasti nilai-nilai komunikasi yang berkedudukan tertinggi dan terendah yang diamalkan oleh staf pentadbiran dan membuat perbandingan tahap amalan nilai-nilai komunikasi berdasarkan faktor demografi (umur, jantina, tahap pendidikan, gred jawatan dan jabatan). Di samping itu, kajian ini turut membangunkan instrumen kajian sebagai instrumen untuk mengenalpasti nilai-nilai komunikasi dalam kalangan orang Melayu Islam.

Akhir sekali, pengkaji memilih Pejabat Daerah Negeri Kedah sebagai lokasi kajian. Hal ini kerana majoriti staf pentadbiran di pejabat-pejabat kerajaan terdiri daripada masyarakat Melayu Islam (Ahmad Sarji, 1991). Oleh itu, pengkaji mendapati Pejabat Daerah Negeri Kedah didapati mempunyai staf pentadbiran yang terdiri daripada masyarakat Melayu Islam. Keadaan ini memenuhi ciri-ciri bagi responden kajian dan bertepatan dengan skop kajian yang akan dijalankan oleh pengkaji iaitu mengukur tahap amalan nilai-nilai komunikasi bagi masyarakat Melayu Islam.

1.3 Persoalan Kajian

Kajian ini akan menjawab beberapa persoalan seperti berikut:

- 1.3.1 Apakah nilai-nilai komunikasi orang Melayu Islam yang diamalkan oleh staf pentadbiran di Pejabat Daerah Negeri Kedah?
- 1.3.2 Apakah nilai-nilai komunikasi yang berkedudukan paling tertinggi dan terendah yang diamalkan oleh staf pentadbiran di Pejabat Daerah Negeri Kedah?
- 1.3.3 Sejauh manakah tahap amalan staf pentadbiran terhadap nilai-nilai komunikasi dalam organisasi Pejabat Daerah di Negeri Kedah?
- 1.3.4 Adakah terdapat perbezaan tahap amalan nilai-nilai komunikasi berdasarkan faktor demografi dalam kalangan staf pentadbiran di Pejabat Dearah Negeri Kedah?

1.4 Objektif Kajian

Secara khususnya, objektif bagi kajian ini adalah untuk:

- 1.4.1 Mengenalpasti nilai-nilai komunikasi orang Melayu Islam yang diamalkan oleh staf pentadbiran di Pejabat Daerah Negeri Kedah.
- 1.4.2 Membentuk instrumen soal selidik untuk mengkaji nilai-nilai komunikasi dalam pentadbiran.

- 1.4.3 Mengenalpasti nilai-nilai komunikasi yang berkedudukan paling tertinggi dan terendah dalam kalangan staf pentadbiran di Pejabat Daerah Negeri Kedah.
- 1.4.4 Mengenalpasti tahap amalan staf pentadbiran terhadap nilai-nilai komunikasi dalam organisasi Pejabat Daerah di Negeri Kedah.
- 1.4.5 Membuat perbandingan tahap amalan nilai-nilai komunikasi berdasarkan faktor demografi dalam kalangan staf pentadbiran di Pejabat Daerah Negeri Kedah.

1.5 Skop Kajian

Kajian yang dijalankan oleh pengkaji memberi penekanan terhadap aspek nilai-nilai komunikasi yang diamalkan oleh staf pentadbiran Melayu Islam di Pejabat Daerah Negeri Kedah. Responden bagi kajian ini adalah terdiri daripada staf pentadbiran Melayu Islam yang berkhidmat di Pejabat Daerah Negeri Kedah. Kajian ini akan mengenalpasti nilai-nilai komunikasi yang sering diamalkan oleh staf pentadbiran di organisasi yang terpilih. Kajian ini turut membangunkan instrumen soal selidik untuk mengkaji nilai-nilai komunikasi dalam pentadbiran. Disamping itu, kajian ini dijalankan untuk meneroka nilai-nilai komunikasi yang paling berkedudukan paling tertinggi dan terendah yang diamalkan oleh staf pentadbiran di Pejabat Daerah Negeri Kedah. Selanjutnya, pengkaji turut melihat sejauhmana tahap amalan bagi nilai-nilai komunikasi yang diamalkan oleh staf pentadbiran tersebut. Akhir sekali, pengkaji turut membuat perbandingan tahap amalan bagi nilai-nilai komunikasi berdasarkan faktor demografi iaitu jantina, umur, tahap pendidikan, gred jawatan dan jabatan.

1.6 Definisi Konseptual

1.6.1 Budaya Organisasi

Budaya organisasi merupakan pola asas yang dianggap sah dan diajar kepada anggota baru dalam sesebuah organisasi. Keadaan ini merangkumi kaedah untuk berfikir, beranggapan dan merasakan situasi yang sebenar dalam organisasi tersebut (Schein, 1992). Manakala Deal & Kennedy (1982) dalam buku mereka "*Corporate Culture: The Rites and Rituals of Corporate Life*" pula menyatakan budaya sebagai suatu proses komunikasi. Ini dijelaskan melalui proses pengumpulan cerita, perkongsian maklumat, pengawalan mesej dan adanya maklumat tambahan semasa proses penyampaian itu berlaku.

1.6.2 Nilai

Menurut Rokeach (1973), nilai merupakan satu set kepercayaan yang kukuh iaitu sesuatu kelakuan atau tingkahlaku yang lebih baik dalam konteks peribadi dan sosial. Nilai wujud dalam bentuk tunggal dan stabil. Nilai juga digunakan untuk menilai tindakan dan sikap. Selain itu, nilai merupakan idea yang dikongsi bersama oleh individu dalam masyarakat tentang apa yang penting dan berfaedah. Terdapat nilai yang positif dan nilai yang negatif seperti pantang larang dan kepercayaan. Contohnya sifat dermawan, kesopanan, kesabaran, kerajinan dan ketekunan dilihat sebagai nilai yang positif manakala sifat kedekut, kejahatan, keangkuhan, kelalaian dan kejahilan dianggap sebagai nilai yang negatif (Noran Fauziah, 1987).

1.6.3 Komunikasi organisasi

Goldhaber *et al.* (1979) mendefinisikan komunikasi dalam organisasi sebagai sebarang pertukaran maklumat di antara sistem-sistem atau bahagian-bahagian daripada sistem :

- (i) Output maklumat daripada satu atau beberapa sistem pengawalan memberi kesan kepada proses-proses dalam satu atau beberapa sistem pengawalan yang lain, dan
- (ii) Proses komunikasi berhubung kait dengan sistem organisasi dalam keadaan yang berbeza. Oleh itu, proses komunikasi berfungsi sebagai sistem sosial yang sesuai dan berbentuk dalam keadaan tersusun untuk mencapai matlamat individu dan organisasi.

Menurut Goldhaber (1992) lagi, komunikasi organisasi merupakan suatu proses untuk mencipta dan bertukar-tukar mesej. Pertukaran mesej ini berlaku dalam rangkaian hubungan yang saling bergantung antara satu sama lain dalam usaha untuk menyelesaikan permasalahan yang berlaku dalam keadaan yang tidak menentu.

1.6.4 Nilai-nilai dalam komunikasi

Nilai-nilai dalam komunikasi didefinisikan sebagai nilai yang terlibat didalam proses interaksi sesama individu. Merujuk kepada Littlejohn (1999), aktiviti penerimaan dan pemprosesan maklumat melibatkan persepsi terhadap maklumat yang diterima. Aspek nilai mempunyai kaitan dengan persepsi, individu yang menerima dan

memproses maklumat yang diterima akan membuat keputusan untuk mengamalkan nilai sama ada secara positif atau negatif. Oleh itu, nilai-nilai yang diamalkan ketika berinteraksi dengan pihak lain merupakan nilai-nilai dalam komunikasi.

1.7 Definisi Operasional

1.7.1 Nilai

Nilai merujuk kepada sifat-sifat yang positif mahupun negatif diamalkan oleh seseorang individu dalam kehidupannya. Dalam kajian ini, aspek nilai diukur dengan menggunakan instrumen soal selidik untuk melihat sejauhmana nilai-nilai diamalkan oleh responden kajian.

1.7.2 Komunikasi dalam organisasi

Komunikasi dalam organisasi merujuk kepada berlakunya proses penghantaran mesej dan penerimaan mesej dalam persekitaran organisasi. Dalam konteks kajian ini, komunikasi dalam organisasi merujuk kepada proses interaksi individu di dalam organisasi dengan pihak lain dengan tujuan untuk melaksanakan tugas di tempat kerja.

1.7.3 Nilai-nilai komunikasi

Nilai-nilai komunikasi didefinisikan sebagai pengamalan sifat-sifat yang positif dalam kalangan staf pentadbiran di Pejabat Daerah Negeri Kedah semasa berinteraksi dengan pihak lain. Pengamalan nilai-nilai komunikasi diukur dengan menggunakan instrumen soal selidik yang dibangunkan oleh pengkaji dalam kajian ini. Dalam konteks kajian ini, kombinasi antara nilai-nilai umum masyarakat Melayu Islam dan nilai-nilai pengurusan akan membentuk nilai-nilai komunikasi. Terdapat 106 nilai-nilai komunikasi yang telah dikenalpasti (Lampiran F: Nilai-nilai komunikasi mengikut dimensi).

1.7.4 Tahap amalan

Tahap amalan merujuk kepada sesuatu perihal yang sering dilakukan dalam kehidupan harian. Dalam konteks kajian ini, tahap amalan merujuk kepada sifat-sifat positif yang sering diamalkan dalam kehidupan harian. Oleh itu, kajian ini akan melihat sejauhmana tahap amalan nilai-nilai komunikasi masyarakat Melayu Islam dalam pentadbiran.

1.7.5 Faktor demografi

Dalam konteks kajian ini, faktor demografi merujuk kepada latar belakang responden kajian untuk mendapatkan maklumat tentang kajian yang dijalankan. Faktor demografi dalam kajian ini adalah seperti faktor jantina, kumpulan umur, tahap pendidikan, gred jawatan dan jabatan. Elemen-elemen faktor demografi

tersebut membantu pengkaji untuk mendapatkan maklumat tentang kajian yang dijalankan dalam konteks pentadbiran organisasi.

1.8 Batasan Kajian

Kajian ini terikat dengan beberapa batasan iaitu responden kajian ini terdiri daripada staf pentadbiran di Pejabat Daerah Negeri Kedah. Oleh itu, hasil kajian hanya terbatas kepada staf pentadbiran di Pejabat Daerah Negeri Kedah sahaja. Keputusan kajian tidak boleh digeneralisasikan kepada keseluruhan staf pentadbiran di Pejabat Daerah di seluruh Malaysia kerana kajian ini terhad di Pejabat Daerah Negeri Kedah sahaja dan berkemungkinan mempunyai perbezaan pandangan. Secara umumnya, tahap amalan nilai-nilai komunikasi di antara individu dengan individu yang lain adalah berbeza. Hal ini adalah disebabkan oleh setiap individu mempunyai latar belakang, tanggungjawab dan persekitaran kerja yang berbeza.

1.9 Rumusan

Bab satu telah membincangkan aspek-aspek pengenalan kepada kajian yang dijalankan, pernyataan masalah, persoalan kajian, matlamat kajian, objektif kajian, skop kajian, definisi, kepentingan kajian dan batasan kajian. Bab seterusnya akan membincangkan mengenai kajian literatur.

RUJUKAN

- Abdul Aziz Deraman (1978). *Beberapa Aspek Pembangunan Kebudayaan Kebangsaan Malaysia*. Kuala Lumpur: Kementerian Kebudayaan Belia dan Sukan.
- Abdul Mua'ti @ Zamri Ahmad (2001). *Santun Komunikasi*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Ahmad Bashir Aziz (2004). Nilai dan Etika Pengurusan: Analisa dari Perspektif Agama-agama di Malaysia. *Seminar Nilai dalam komunikasi (SIVIC)* (pp. 1-13). Sintok: Jabatan Pengajian Umum, Universiti Utara Malaysia.
- Agle B.R. & Cardwell, C. (1999). Understanding Research on Values in Business. *Business and Society*, 38(3), 326-387.
- Ahmad Sarji Abdul Hamid (1991). *Nilai dan Etika dalam Perkhidmatan Awam*. Kuala Lumpur: Institut Tadbiran Awam Negara (INTAN).
- Akta Pencen (1980). Undang-undang Malaysia, Cetakan Semula Akta 227 http://www.agc.gov.my/Akta/Vol.%205/Akta_227.pdf. Retrieved 28 Mac 2013.
- Alias Baba (1999). *Statistik Penyelidikan dalam Pendidikan dan Sains Sosial*. Bangi: Penerbit Universiti Kebangsaan.
- Alkire, C. (1995). *The Principal as a Cultural Leader and The Change Process: Elements and Tools That Contribute to Shaping The Elementary School's Organizational Culture*. La Verne: University of La Verne.
- Allport, G. (1961). *Pattern and Growth in Personality*. New York: Holt, Rinehart & Winston.

- Anani Kofi (2009). Pengukuhan Nilai dan Profesionalisme dikalangan Penjawat Awam Ke Arah Efektif Governan di Malaysia. *Jurnal Syariah*. 17 (3), 559-592.
- Arahan Perkhidmatan (1974). Pekeliling Perkhidmatan Awam.
<http://www.jpa.gov.my/pekeliling/pp07/bil05/pp0507.pdf>. Retrieved 10 Februari 2013.
- Arne L. Kalleberg (1977), Work Values and Job Rewards: A Theory of Job Satisfaction. *American Sociological Review*, 42(1), 124-143.
- Ashkansay, N. M., L.E. Broadfoot , and S. Falkus (2000). Questionnaire measures of organizational culture. In N.M. Ashkanasy, C.P. Wilderom, M.F. Peterson, (Ed.) *Handbook of Organizational Culture and Climate* (pp. 131-146). CA: Sage Publications.
- Asma Abdullah & Pederson, P. (2003). *Understanding Multicultural Malaysia: Delights, Puzzles and Irritations*. Kuala Lumpur: Pearson.
- Asma Abdullah (1992). *Understanding the Malaysian Workforce: Guidelines for Managers*. Kuala Lumpur: Malaysian Institute of Management.
- Asma Abdullah (1996). *Going glocal: Cultural Dimensions in Malaysian Management*. Kuala Lumpur: Malaysian Institute of Management.
- Asmah Haji Omar (2002). *Setia dan Santun Bahasa*. Tanjong Malim: Penerbit Universiti Pendidikan Sultan Idris.
- Bakar bin Din, (2012). Warta Darul Aman.
<http://www.kedah.gov.my/index.php/ms/component/jdownloads/finish/3-penerbitan/5-warta-kedah-edisi-okt-2012/0?Itemid=163>. Retrieved 10 Oktober, 2012.
- Byrne, D. (1971). *The Attraction Paradigm*. New York: Academic Press.

- Cable, D. & Parsons, C. (2001). Socialization Tactics and Person-Organization Fit. *Personnel Psychology*, 54 (1), 1-22.
- Che Hasniza Che Noh & Fatimah Yusoff (2011). Corak Komunikasi Keluarga dalam Kalangan Keluarga Melayu di Terengganu. *Jurnal Hadhari* 3 (2), 45-62.
- Chua, Y. P. (2006). *Research Methods*. Shah Alam: McGraw-Hill Education.
- Cornelissen, J. (2011). *Corporate Communication: A Guide to Theory and Practice*. (3th ed.) USA: Sage Publications.
- Dahlan, A. (1991). Local Values in intercultural Managemen. *Malaysian Management Review*, 26 (1), 23-31.
- Dallie, F. R. (1988). Sejarah Pantun.
<http://www.scribd.com/doc/55606181/SEJARAH-PANTUN>. Retrieved 19 Februari 2012.
- Deal, T. & Kennedy, A. (1982). *A corporate culture*. (1st ed.) New York: Perseus Books Publishing.
- Devito, J. A. (1994). *Human Communication: The Basic Course*. New York: Harper Collins.
- Dewan Bahasa dan Pustaka (1997). *Kamus Dewan*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Downs, C. & Hazen, M. (1977). A Factor Analytic Study of Communication Satisfaction. *Journal of Business Communication*, 14 (3), 63-73.
- Fatimi Hanafi & Mohd Zamani Ismail (2006). Penghayatan Nilai-nilai Murni dalam Masyarakat Berbilang Kaum di Malaysia. *Seminar Kebangsaan Pengajian Umum*. 13-14 Jun. Johor Bahru, 1-18.

- Festinger, L.A. (1957). *Theory of Cognitive Dissonance*. CA: Stanford University Press.
- Fisher, C.D. (1979). Transformation of Positive and Negative Feedback to Subordinates: A Laboratory Investigation. *Journal of Applied Psychology*, 64 (5), 533-540.
- French, S. (1993). Setting a record straight. In J. Swain, V. Finkelstein, S. French & M. Oliver (Ed.) *Disabling Barriers-Enabling Environments* (pp. 32-227). London: Sage Publications.
- Galpin, T. J. (1996). *The human side of change: A practical guide to organization redesign*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Godwin, C. (1988) & Menon, Vijay (Eds.) (1994). *Handbook of Political Communication Research*. London: Sage Publications.
- Goldhaber, G. M., Yates, M. P., Porter, D. T., & Lesniak, R. (1979). Organizational Communication. *Human Communication Research*, 5, 76-96.
- Goldhaber, G.M. (1993). *Komunikasi dalam Organisasi*. (Terjemahan Omardin Hj. Ashaari & Azahar Raswan Dean Wan Din). Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Hair J.F., Money A.H., Samouel, P. & Page, M. (2007). *Research Methods For Business*. West Sussex: John Wiley & Sons, Inc.
- Harcot, J., Krizan, A.C. & Merrier, P. (1996). *Business Communication*. 3rd ed. Ohio: South-Western Educational Publishing.
- Harian Metro, (2011). Hilang Budaya Santun.
http://www.hmetro.com.my/articles/Minda_Hilangbudayasantun/Article.
 Retrieved 26 Mac 2011.

- Hashim Fauzy (2008). *Adaptasi Kepada Budaya Organisasi dan Kompetensi Komunikasi Antara Budaya Pengurus Malaysia dalam Syarikat Multinasional*. Tesis PhD Fakulti Bahasa Moden dan Komunikasi, Universiti Putra Malaysia, Serdang.
- Hassan Ahmad (2001). *Jati diri Melayu pada alaf baru*. Utusan Online. 29 Mac (Utusan Malaysia). Ucaptama pada Wacana Pemikir anjuran Kumpulan Utusan dan Fakulti Bahasa Moden dan Komunikasi, Universiti Putra Malaysia pada 28 Mac 2001. <http://www.utusan.com.my>. Retrieved 29.03.2001.
- Hofstede. (1980). *Culture Consequences: International Differences in Work-related Values*. Vol 5. London: Sage Publications.
- Hofstede, G. (1994). *Cultures and Organizations: Software of the Mind*. (3rd ed.) London: McGraw-Hill.
- Howard, A. (1998). A framework for work change. In Howard, A. (Eds.), *The changing nature of work* (pp. 3-44). San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- Hybels, S., & Weaver II, R. L. (1992). *Communicating Effectively*. (3rd ed.) New York: McGraw-Hill, Inc.
- Cable, D. M. & Judge, A. (1997). Interviewers' Perceptions of Person-Organization Fit. *Journal of Applied Psychology*, 82(4), 546-561.
- INTAN (1991). *Nilai dan Etika dalam Perkhidmatan Awam*. Kuala Lumpur: Institut Tadbiran Awam Negara.
- INTAN (1993). *Nation building ethos: speeches of Tan Sri Dato' Seri Ahmad Sarji bin Abdul Hamid, chief secretary to the government, Malaysia*. Kuala Lumpur: Institut Tadbiran Awam Negara.
- INTAN (2003). *Citra Karya Falsafah, Nilai dan Etika dalam Perkhidmatan Awam*. Kuala Lumpur: Institut Tadbiran Awam Negara.

- INTAN (2006). *Pengurusan dan Pentadbiran Awam Malaysia*, Kuala Lumpur: Malaysian Administrative Modernisation and Management Planning Unit (MAMPU).
- Jaafar Muhamad (1992). *Asas Pengurusan*. Shah Alam: Penerbit Fajar Bakti.
- Jeannot Abdul Karim & Khairul Anuar Rezo (2012). Pembentukan skala pengukuran nilai melayu: Satu kajian perintis (Nota Penyelidikan). *Jurnal Akademik*, 82 (1), 113-123.
- Kadir Dikoh & Mohd Feroz Abu Bakar (2007). *Berfikir di Luar Kotak*. Berita Harian, 17 Januari 2007.
- Krejcie, R.V. & Morgan, D.W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30, 607-610.
- Laman Web Kerajaan Negeri Kedah (2013). <http://portal.kedah.gov.my/>. Retrieved 8 September 2010.
- Laman Web Pejabat Daerah Negeri Kedah (2010). http://portal.kedah.gov.my/index.php?option=com_sobi2&catid=5. Retrieved 21 Julai 2012.
- Liche Seniati (2009). *Statistik Lanjut: Analisis Faktor*. <http://staff.ui.ac.id/internal/131998622/material/AnalisisFaktor.pdf> . Retrieved 21 November 2012.
- Littlejohn, Stephen W. (1999). *Theories of Human Communication*. (6th ed.) Belmont: Wadsworth.
- Lim Kim Hui (2003). *Budi as the Malay mind: A philosophical study of Malay ways of reasoning and emotion in peribahasa*. Hamburg: University of Hamburg.

- M. Kamal Hassan (2004). Kepincangan Nilai dalam Masyarakat Global. *Kolokium Pengukuhan Integriti*. April 2012. Kuala Lumpur: Universiti Kebangsaan Malaysia, 141-155.
- Mahathir Mohamed (2000). *Perkhidmatan Awam dalam Alaf Baru: Cabaran dan Prospek dalam Amanat Perdana: Perkhidmatan Awam Bertaraf Dunia, Koleksi Ucapan Perdana Menteri (MAPPA 2000-2005)*. Kuala Lumpur: Institut Tadbiran Awam Negara.
- Melewar, T.C., Karaosmanoglu, E. & Paterson, D. (2005). Corporate identity: concept, components and contribution. *Journal of General Management*, 3 (1), 59-81.
- Metzger, L. (2009). *Nilai-nilai Melayu, satu sudut pandangan orang luar*. Tanjung Malim: Penerbit Universiti Pendidikan Sultan Idris.
- Mikulay, S.N & George, F.L. (2001). Counterproductive Workplace Behaviours, Genetic, Social & General Psychology Monographs. *An International Journal*, 127 (3), 1051.
- Mohamad Saleeh Rahamad (2010). Pantun sebagai alat komunikasi melayu tradisional. <http://retibasa.blogspot.com/2010/04/pantun-sebagai-alat-komunikasi-melayu.html>. Retrieved 8 April 2010.
- Mohd Najib Ghafar (1998). *Penyelidikan Pendidikan*. Skudai: Penerbit Universiti Teknologi Malaysia.
- Mohd. Safar Hashim & Fatimah Yusoff (1988). *Komunikasi antara manusia: Ciri-ciri penting dalam komunikasi peribadi dan komunikasi awam*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Mohd Sidek Hassan (2008). Dewan Masyarakat (DBP). <http://dwnmasyarakat.dbp.my/?p=2260>. Retrieved 23 Ogos 2012

- Morsing, M. & Schultz, M. (2006). Corporate social responsibility communication: stakeholder information, response and involvement strategies. *Business Ethics: An European Review*, 15 (4), 322-338.
- Mustafar Ali (2004). Pelaksanaan Pelan Integriti Nasional Secara Berkesan. *Kolokium Pengukuhan Integriti*. Jun 2004. Kuala Lumpur: Universiti Kebangsaan Malaysia, 141-155.
- Nik Abdul Rashid bin Nik Abdul Majid (1982). *Amanah dan Kejujuran dalam Perkhidmatan*. Shah Alam: Universiti Teknologi MARA.
- Noor Azian Mustapa (1996). *A study of the organizational culture in selected companies in Malaysia*. Thesis Master of Business Administration, Kobe University of Commerce.
- Noran Fauziah Yaakub (1987). *Pengantar Sosiologi*. Petaling Jaya: Penerbit Fajar Bakti Sdn. Bhd.
- Norazit Selat (1995). *Masyarakat Melayu antara Tradisi dan Moden*. Kuala Lumpur: Universiti Malaya.
- Norita Ariffin (2006). *Nilai budi masyarakat Melayu dalam pantun*. Tesis Master Fakulti Bahasa Moden dan Komunikasi, Universiti Putra Malaysia, Serdang.
- ocw.utm.my. Open Course Ware di <http://ocw.utm.my/>. Retrieved 28 Januari 2013.
- OECD Report (2009). OECD Annual Report 2009.
<http://www.oecd.org/dataoecd/38/39/43125523.pdf>. Retrieved 29 Februari 2012.
- O'Reilly, C.A., Chatman, J. & Caldwell, D.F. (1991). People and organizational culture: A profile comparison approach to assessing person-organization fit. *Academy Management Journal* 34(3), 487-516.

- Ones, D.S., Viswesvaran, C. dan Schmidt, F.L., (2003). Personality and Absenteeism: A Meta-Analysis of Integrity Tests European. *Journal of Personality*, 17 (2), 19-38.
- Pekeliling Kemajuan Pentadbiran Awam (1991). Pekeliling Kemajuan Pentadbiran Awam.http://www.mampu.gov.my/c/document_library/get_file?uuid=d032cfea-d46a-4989-b099-1d577e576b2c&groupId=10136
- Peters, T.J. & Waterman, R.H. (1992). *In Search of Excellence: lessons from America's best- run companies*. New York: Harper and Row.
- Razali Mat Zin (1996). *Kepimpinan dalam Pengurusan*. Kuala Lumpur: Utusan Publications and Distributors Sdn. Bhd.
- Rokeach, M. (1973). *The Nature of Human Values*. New York: Free Press.
- Saleeh Rahamad (2010). *Watak-watak Lesu dalam Perangkap Ambivalence: Rindu Berbisik daripada Perspektif Cultural Studies*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Schein, E. H. (1985). *Organizational Culture and Leadership* (1st ed.) San Francisco: Jossey-Bass Publishers.
- Schein, E.H. (1992). *Organizational culture and leadership* (2nd ed.) San Francisco: Jossey-Bass Publishers.
- Schneider, S. C. & Barsoux, J. L. (1997). *Managing Across Cultures*. (2nd ed.) New York: Prentice Hall.
- Schwartz, S.H. (1994). Are there universal aspects in the content and structure of values? *Journal of Social Issues*, 50, 19-45.

- Schwartz, S.H. (1996). Value priorities and behavior: Applying of theory of integrated value systems. In C. Seligman, J. M. Olson, & M. P. Zanna (Ed.) *The Psychology of Values: The Ontario Symposium*, Vol. 8 (pp. 1–24). Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Schwartz, S.H. (2005). *Basic human values: Their content and structure across countries*. New York: Academic Press.
- Schwartz, S. H. (2007). Cultural values in organizations: insights for Europe. *European Journal International Management*, 1 (3), 176-189.
- Seeger, M. W. (2007). Chaos and crisis: Propositions for a general theory of crisis communication. *Public Relations Review*, 28 (4), 329-337.
- Shephard, P. (1991). *A summary report and discussion paper on a 3 year research project into managerial values, expectations and practices: As part of the Malaysian intercultural management studies project*. Kuala Lumpur: Malaysian Institute of Management.
- Swift, J. (1995). *Wheel of fortune: Work and life in the age of falling expectations*. Toronto: Between the Lines Press.
- Syed Othman Alhabshi & Aidit Haji Ghazali (1994). *Islamic Values and Management*. Kuala Lumpur: Institute of Islamic Understanding.
- Trompenaars F (1995). *Riding the waves of culture: Understanding cultural diversity in business*. London: The Economist Books.
- Unit Pemodenan Tadbiran dan Perancangan Pengurusan Malaysia (MAMPU), (2012). *Etos Perkhidmatan Awam*. <http://www.mampu.gov.my/pdf/flipbook/etos/>. Retrieved 10 Mei 2012.
- Wan Abdul Kadir bin Wan Yusoff, (2007). *Asas Nilai dan Norma Melayu*. Kuala Lumpur: Pustaka Ilmu.

- Watzlawick, P. Beavin, J.H. and Jackson, D.D. (1967). *Pragmatics of Human Communication*. (1st ed.) New York: W.W. Norton & Company.
- Widang, I. dan Fridlund, B. (2003). Self -respect, dignity and confidence: Conceptions of Integrity Among Male Patients. *Journal of Advanced Nursing*, 42 (1), 47-52.
- Zainal Bin Yang (2003). Nilai, Etika dan Budaya Kerja Dalam Pentadbiran Sektor Awam di Malaysia dari Perspektif Islam. *Jurnal Pengurusan Awam*, 2 (1), 1-23.
- Zulkarnain Haji Awang (2004). Suruhanjaya Perkhidmatan (SPP). <http://docs.jpa.gov.my/docs/pnerbitan/ltahunan/lp2009.pdf> . Retrieved 5 Julai 2012.
- Zulkarnain Zakaria & Hishamuddin Md. Som (2001). *Analisis Data Menggunakan SPSS Windows*. Skudai: Penerbit UTM.
- Zulkarnain Zakaria (1999). *Statistik Pengurusan*. Sintok, Kedah: Penerbit Universiti Utara Malaysia.