

MOTIVASI KEPENGIKUTAN KETUA PANITIA DALAM ORGANISASI PENDIDIKAN SWASTA DI SABAH

Lister Boy bin Modumin

Fakulti Pengurusan dan Ekonomi
Universiti Pendidikan Sultan Idris
boy_lister89@yahoo.com.my

Khuan Wai Bing

Fakulti Pengurusan dan Ekonomi
Universiti Pendidikan Sultan Idris
khuan.wb@fpe.upsi.edu.my

Nor Azrin bin Md Latip

Fakulti Pengurusan dan Ekonomi
Universiti Pendidikan Sultan Idris
nor.azrin@fpe.upsi.edu.my

Mad Ithnin bin Salleh

Fakulti Pengurusan dan Ekonomi
Universiti Pendidikan Sultan Idris
mad.ithnin@fpe.upsi.edu.my

ABSTRAK

Kajian ini dijalankan bagi mengenal pasti faktor-faktor motivasi kepengikutan Ketua Panitia dalam organisasi pendidikan swasta. Kajian ini dijalankan secara kualitatif melalui pendekatan grounded theory. Pengumpulan data dijalankan melalui temu bual, pemerhatian dan sumber dokumen. Persampelan bertujuan digunakan dan dua orang guru panitia telah dipilih. Data dianalisis menggunakan kaedah analisis kandungan dan perbandingan secara berterusan. Dapatan kajian mendapati bahawa antara faktor yang mempengaruhi motivasi kepengikutan Ketua Panitia termasuklah adanya pemimpin yang baik, inginkan kenaikan gaji, kemajuan diri, motivasi daripada rakan sekerja, inginkan jawatan yang lebih tinggi dan mendapat pengiktirafan daripada pemimpin. Hasil kajian ini dapat memberi kesedaran kepada kumpulan majikan atau pemimpin tentang pentingnya mengambil berat akan keperluan pengikut dalam organisasi.

Kata kunci: *Kepengikutan, motivasi, ketua panitia, pengikut, pemimpin.*

1. Latar Belakang Kajian

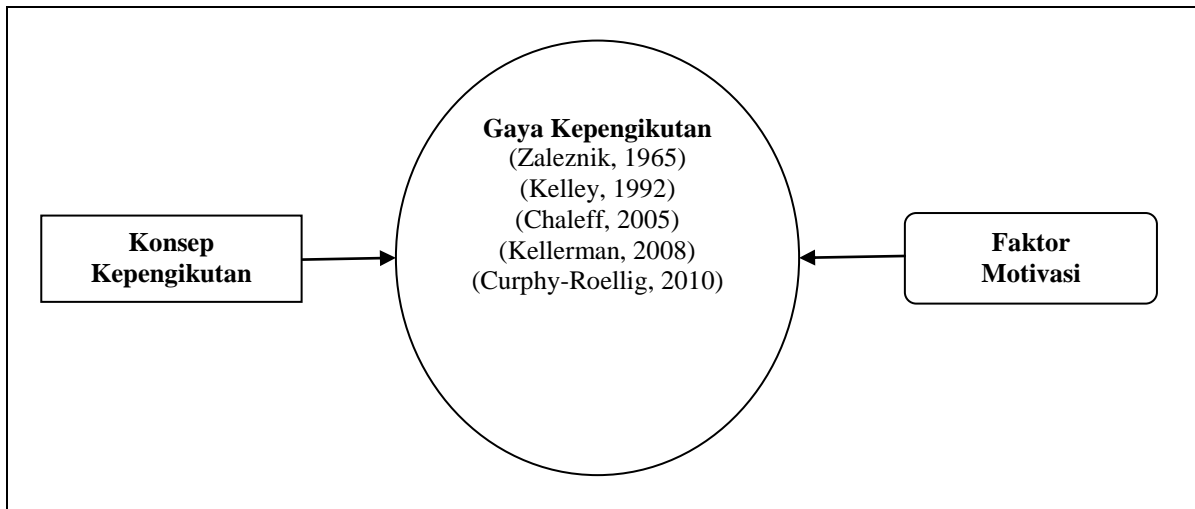
Beroperasinya sesebuah organisasi yang tidak kira besar atau kecil saiznya kerana adanya individu-individu yang dipanggil sebagai pengikut. Di sekolah, pengetua merupakan pemimpin yang teratas dalam organisasi dan guru-guru serta kakitangan yang lain sebagai pengikut. Dalam zaman globalisasi dengan perubahan ilmu yang pantas, pengikut perlu memainkan peranan yang lebih penting walaupun tidak sama dengan pemimpin.

Kajian-kajian yang sedia ada kini lebih banyak berfokus kepada bidang kepemimpinan berbanding kepengikutan. Sedar atau tidak, literatur kajian ilmiah tentang kepengikutan adalah sedikit jika dibandingkan dengan kepemimpinan (Yohanes, 2005). Namun, tanpa disedari sebenarnya pengikut lebih banyak keterlibatan bahkan kadangkala mempunyai peranan yang lebih sukar berbanding dengan pemimpin. Konsep kepengikutan dan pembangunan diri pengikut dalam sesebuah organisasi perlu diberi perhatian oleh pengkaji sosial di Malaysia (Berrett, 1995 dalam Jamaliah & Norashimah, 2005).

Pemimpin perlu tahu keperluan para pengikutnya dan juga perlu faham serta mempunyai inisiatif untuk memastikan prestasi pengikut meningkat. Kurangnya perhatian terhadap kepentingan kepengikutan ini membuatkan pemimpin dan pengikut organisasi itu sendiri kurang menghayati dan memahami konsep kepengikutan. Justeru, kajian ini dijalankan supaya organisasi kini kembali sedar akan kepentingan kepengikutan yang mana semakin kurang diberi perhatian.

2.1 Konsep Kepengikutan

Kelley (1992) pula mendefinisikan pengikut sebagai orang yang bertindak dengan bijaksana, bebas, berani dan beretika. Pengikut adalah individu yang memahami dan sentiasa berusaha untuk mencapai matlamat dan visi pemimpin dan organisasi (Chaleff, 2008, 2009). Kellerman (2008) pula mendefinisikan pengikut sebagai subordinat atau juga dikenali sebagai orang bawahan yang mana mempunyai kuasa dan pengaruh yang kurang daripada orang atasan mereka. Menurut Bennis (2010) pula, pengikut biasanya mempunyai lebih penglibatan dalam organisasi dan lebih sukar peranannya berbanding pemimpin. Rajah di bawah menunjukkan kerangka konseptual kajian. Model utama yang digunakan dalam kajian ini adalah model Curphy-Roellig (2010) dan model Kellerman (2008). Rajah dibawah menunjukkan kerangka konseptual kajian.



Rajah 1: Kerangka Kajian

2.2 Faktor yang Mempengaruhi Motivasi Pengikut

Motivasi kepengikutan seseorang itu boleh dipengaruhi sama ada oleh fungsi persekitaran atau faktor dalaman (Deckers, 2010). Antara faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi pengikut termasuklah keperluan sumber, keperluan keselamatan, keperluan sosial, penghargaan diri, kepuasan, kontekstual, kepimpinan transformasi, kepimpinan transaksi dan kerja berpasukan.

Salah satu faktor motivasi seseorang untuk menjadi seorang pengikut kerana untuk mendapatkan pekerjaan bagi memenuhi keperluan sumber. Dengan adanya pekerjaan, seseorang dapat memenuhi keperluan asas seperti tempat tinggal, makanan dan pakaian. Menurut Maslow, seseorang akan cuba memenuhi keperluan asas terlebih dahulu sebelum memenuhi keperluan yang seterusnya (Deckers, 2010). Justeru, salah satu motivasi seseorang untuk menjadi pengikut adalah untuk memenuhi sumber asas bagi meneruskan kehidupan melalui pekerjaan.

Keperluan yang seterusnya oleh Maslow adalah keperluan keselamatan yang meliputi keperluan individu untuk mengelak daripada bahaya, ancaman dan ugutan (Deckers, 2010). Dengan menjadi pengikut kepada pemimpinnya, seseorang merasa lebih aman dan selamat dengan berbuat demikian (Mulder & Shamir, 2004). Sebagai ketua, anda bertanggungjawab untuk menyediakan persekitaran yang selamat, bebas dari rasa keraguan, kekhawatiran dan rasa takut (Ramundo & Shelly, 2003).

Peringkat ketiga dalam teori keperluan Maslow adalah keperluan sosial. Seseorang perlukan kasih sayang dan hubungan sosial yang baik bukan sahaja dengan sesama pekerja tetapi juga dengan pemimpin atasan (Deckers, 2010). Bagi memotivasikan pekerja, majikan perlu menjalinkan hubungan yang mesra dan baik dengan pekerja (Zainuddin & Goh, 2006). Justeru, hubungan yang baik dengan pemimpin akan membuatkan seseorang pengikut merasa seronok serta meningkatkan semangat bekerja. Keperluan ini merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi motivasi kepengikutan seseorang.

Peringkat yang seterusnya adalah penghargaan diri. Pengikut di motivasikan oleh diri mereka sendiri (Morris et al., 2006). Apabila pemimpin memberikan amanah dan menghargai kebolehan pengikut, secara langsung akan wujud motivasi dalaman yang mendorong mereka untuk berjaya (Deckers, 2010). Majikan yang menunjukkan harapan

dan kepercayaan kepada pekerja akan memotivasikan mereka (Zainuddin & Goh, 2006). Memberi penghargaan kepada pengikut dapat memotivasikan mereka.

Kepuasan diri merupakan keperluan tertinggi dalam motivasi Maslow (Deckers, 2010). Motivasi seseorang untuk menjadi pengikut meningkat bila mendapat kepuasan dari segi emosi, jasmani, fizikal dan psikologikal daripada pemimpin mereka. Antara faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan diri pekerja termasuklah pekerjaan itu sendiri, kepemimpinan, rakan sekerja, laluan kerjaya dan gaji/upah (Mumtaz, 2010).

Kontekstual pula merujuk kepada faktor keadaan atau situasi yang mempengaruhi motivasi seseorang pengikut. Situasi atau keadaan tersebut adalah seperti tahap individu, pekerjaan, kumpulan atau pasukan dan peringkat organisasi yang menyebabkan seseorang terdorong untuk menjadi pengikut (Christina & Lucy, 2004).

Kepimpinan transformasi pula merupakan satu proses untuk mengubah seseorang menjadi lebih baik (Northouse, 2001). Motivasi kepengikutan secara kepimpinan transformasi wujud daripada inspirasi oleh pemimpin itu sendiri. Pemimpin seperti ini menjadi *role model* bagi pengikut-pengikutnya. Ciri pemimpin yang sentiasa memahami keperluan dan kehendak pengikutnya serta berperanan sebagai agen perubahan memberi impak yang positif seterusnya mempengaruhi motivasi kepengikutan seseorang.

Dalam kepimpinan transaksi, pemimpin menjanjikan ganjaran luar jangka bagi mereka yang mempunyai prestasi yang baik serta mengiktiraf pencapaian mereka (Schermerhorn et al., 2000). Pengikut berpuas hati dengan dimensi ganjaran luar jangka dalam kepemimpinan transaksi ini (Chen et al., 2005). Jenis kepimpinan ini sangat memberi pengaruh yang kuat terhadap motivasi kepengikutan seseorang.

2.3 Model Kepengikutan

Model Zaleznik adalah antara idea terawal yang diperkenalkan oleh Zaleznik (1965) dalam penulisannya *The Dynamics of Subordinacy*. Beliau mengkategorikan dua dimensi untuk membezakan pengikut iaitu yang pertama, dominan (mengawal) dan penyerahan (dikawal). Manakala dimensi yang kedua ialah aktif dan pasif. Model ini telah mengenal pasti empat gaya kepengikutan yang berbeza iaitu *impulsive*, *compulsive*, *masochistic* dan *withdrawn*.

Kelley (1992) mengkategorikan pengikut kepada dua dimensi tingkah laku yang berbeza iaitu : a) bebas dan bersandar b) aktif dan pasif. Bagi dimensi bebas adalah seorang yang mempunyai pemikiran kritis, kritikan yang membangun, inovatif dan kreatif. Dimensi bersandar pula perlu diberi arahan untuk melakukan tugas dan tidak dapat mengurus diri sendiri. Dimensi aktif pula merujuk kepada seorang yang mengambil inisiatif, memiliki semangat berpasukan, melibatkan diri secara aktif, memulakan semua dari diri sendiri dan bekerja keras. Dimensi pasif pula adalah seorang yang malas, selalu memerlukan dorongan, menunggu arahan, perlu pengawasan dan mengelak tanggungjawab. Berdasarkan kedua-dua dimensi ini, Kelley mentakrifkan lima gaya pengikut iaitu *passive (sheep)*, *conformist (yes people)*, *alienated*, *pragmatics* dan *exemplary (star followers)*.

Model Chaleff (2008) memberi tumpuan kepada kepengikutan di tempat kerja. Dalam model ini, apa yang membezakan seseorang pengikut berbanding yang lain adalah

sejauh mana keberanian pengikut tersebut. Model 'Pengikut Berani' beliau mengkategorikan dua dimensi yang mana berdasarkan tahap kesediaan dan tahap sokongan untuk mencabar pemimpin. Model Chaleff membezakan empat gaya kepengikutan iaitu *partner, implementer, individualist* dan *resource*.

Kellerman (2008) mengkategorikan gaya pengikut dalam kaedah yang lebih hierarki, meletakkan pengikut dalam struktur penglibatan yang rendah untuk benar-benar komited terhadap tugas. Pengikut dikategorikan berdasarkan tahap penglibatan pengikut. Beliau mengenal pasti lima gaya kepengikutan berbeza iaitu *isolates, bystanders, participants, activist* dan *diehards*.

Model Kepengikutan Curphy-Roellig dibina bertujuan khusus kepada pemimpin untuk memotivasikan pengikut serta meningkatkan prestasi individu dan pasukan (Curphy & Roellig, 2010). Model ini terdiri daripada dua dimensi iaitu pemikiran secara kritis dan tahap penglibatan. Terdapat empat gaya kepengikutan iaitu *self-starter, brown-nosers, slackers* dan *criticizers*.

3. Metodologi Kajian

Pengkaji menjalankan kajian ini secara kualitatif dengan menggunakan pendekatan *grounded theory*. Melalui pendekatan ini, pengkaji akan dapat lebih memahami tentang fenomena kepengikutan. Dengan menggunakan kaedah kualitatif ini, pengkaji sendiri yang akan menjadi instrumen utama dalam pengumpulan data dan memberi makna kepada perkataan daripada responden (Othman, 2009). Menurut Denzin dan Lincoln (2003) pula, melalui pendekatan *grounded theory* ini pengkaji dapat memahami fenomena melalui pengalaman peribadi dan cerita kehidupan responden.

Pengkaji memilih kawasan Pantai Barat Utara, Sabah sebagai lokasi kajian. Persampelan bertujuan digunakan dan sampel yang dipilih adalah dalam kalangan guru swasta yang memegang jawatan Ketua Panitia. Melalui persampelan bertujuan ini, pengkaji dapat memilih sampel yang benar-benar dapat memberi maklumat data yang dapat membantu pengkaji memahami fenomena kepengikutan berdasarkan kepada pengetahuan dan pengalaman mereka (Chua, 2011).

Dalam kajian ini, kaedah pengumpulan data yang digunakan oleh pengkaji ialah melalui sumber data primer dan data sekunder. Sumber data primer diperolehi melalui temu bual dan pemerhatian manakala data sekunder pula adalah melalui sumber dokumen diperolehi dari buku-buku, jurnal, artikel, tesis dan laman web yang berkaitan. Temu bual secara bersemuka dan melalui soalan terbuka dipilih. Temu bual dan pemerhatian dalam kajian ini dijalankan secara serentak.

Data dianalisis menggunakan kaedah analisis kandungan dan perbandingan secara berterusan. Menurut Othman (2009) mengatakan bahawa melalui kaedah analisis data yang pelbagai dapat meningkatkan lagi kesahan dan kebolehpercayaan data. Bagi memastikan kesahan dan kebolehpercayaan dalam kajian ini, pengkaji menggunakan teknik triangulasi dalam pemilihan sampel, pengumpulan data dan analisis data. Selain itu, pengkaji juga menggunakan jejak audit, pemeriksaan rakan sebaya dan menggunakan alat pencatat sebagai bukti seperti rakaman dan transkripsi temu bual.

4. Dapatan dan Analisis Kajian

4.1 Profil Responden

Pengkaji telah menemu bual dua orang responden yang mana kedua-duanya adalah lelaki dan memegang jawatan sebagai ketua panitia di sekolah. Kedua-dua responden juga mempunyai pengalaman mengajar selama lima tahun dan berumur 29 tahun. Responden pertama merupakan anak bongsu dalam adik beradik manakala responden kedua merupakan anak sulung. Status bagi responden 1 adalah berkahwin manakala responden 2 pula masih bujang. Kedua-dua responden juga mempunyai penglibatan yang aktif semasa zaman persekolahan mereka. Responden 1 pernah menjadi ketua patrol Pengakap, ketua pengawas dan menjadi jurulatih kelab Olahraga. Responden 2 pula pernah menjadi bendahari kelab 1 Malaysia, AJK kelab Kebudayaan dan Pendidikan Seni, merupakan pengawas sekolah dan pernah memegang jawatan Setiausaha kelab Badminton.

4.2 Pandangan tentang konsep Kepengikutan

Daripada hasil temu bual, pengkaji mendapati kedua-dua responden mendefinisikan pengikut sebagai individu yang mendengar arahan. Responden 1 mengatakan bahawa *“Pengikut ini adalah yang mendengar arahan dan bertindak selepas diberitahu oleh pemimpin kita, itulah pengikut”*. Responden 2 juga mempunyai pandangan yang sama tentang pengikut. Beliau mengatakan *“...sebuah organisasi yang mempunyai ketua, yang mempunyai pemimpin dan yang di bawah dia akan mengikut setiap apa yang diarahkan oleh pemimpin tersebut. Pengikut ialah yang mengikut sesiapa yang dijadikannya sebagai ketua.”*

Kedua-dua responden sedar akan kepentingan mereka sebagai pengikut dalam organisasi sekolah. Responden 1 mengatakan *“..yang paling asasnya adalah pengikut. Tanpa pengikut, kalau hanya pemimpin, tak akan jalan kerjanya”, ..yang paling penting adalah pengikut. Tanpa adanya orang yang bekerja tu, sesuatu perkara tidak akan berjalan”, “Jadi, disitu maksudnya sangat penting itu adalah pengikut”*. Responden 2 pula mengatakan *“Ya, kalau bagi saya pengikut itu sangat penting...kalau tiada pengikut itu akan memberi kesan yang lebih mendalam lagilah berbanding kalau ada pengikut tapi tiada pemimpin”*. Beliau berpendapat bahawa pengikut itu lebih penting berbanding dengan pemimpin dalam sesebuah organisasi.

4.3 Faktor Motivasi yang Mempengaruhi Pengikut

Daripada hasil dapatan temu bual, antara faktor motivasi yang mempengaruhi pengikut termasuklah adanya pemimpin yang baik, inginkan kenaikan gaji, kemajuan diri, motivasi daripada rakan sekerja, inginkan jawatan yang lebih tinggi dan mendapat pengiktirafan dari pemimpin.

Daripada hasil temu bual, responden 1 mengatakan bahawa pengikut akan menjadikan pemimpin sebagai *role model* mereka. Pemimpin yang mengambil berat akan keperluan pengikut. Beliau juga mengatakan bahawa salah motivasinya adalah kenaikan gaji. Faktor kemajuan diri dan peranan rakan sekerja dalam memberi semangat motivasi juga menjadi salah satu faktor motivasi beliau.

Bagi responden 2 pula, beliau mengatakan salah satu faktor motivasinya adalah mengejar jawatan yang lebih tinggi. Motivasi tersebut wujud sejak zaman persekolahannya lagi. Menurutnya lagi, motivasi utama beliau adalah untuk mendapatkan pengiktirafan

daripada pemimpin. Beliau berpendapat bahawa dengan pengiktirafan ini akan membawanya melangkah maju ke hadapan.

5. Perbincangan

Hasil dapatan kajian ini telah mendapati guru-guru panitia mempunyai kefahaman baik tentang konsep kepengikutan. Mereka juga sedar akan pentingnya peranan mereka sebagai pengikut dalam organisasi sekolah.

Hasil dapatan juga mendapati faktor yang mempengaruhi motivasi kepengikutan dalam kalangan guru panitia adalah adanya pemimpin yang baik, kenaikan gaji, kemajuan diri, motivasi daripada rakan sekerja, mendapat jawatan yang lebih tinggi dan mendapat pengiktirafan daripada pemimpin. Semua ciri kategori yang muncul daripada hasil dapatan ini mempunyai ciri persamaan dengan dapatan yang diperolehi daripada sumber dokumen dalam kajian literatur. Jadual dibawah menunjukkan ciri persamaan kategori yang diperolehi daripada hasil temu bual dan pemerhatian dengan dapatan daripada sumber dokumen dalam kajian literatur.

Jadual 1: Hasil Dapatan Data

Kajian Literatur (Sumber Dokumen)	Dapatan Data (Temu bual & Pemerhatian)
Penghargaan diri	Mendapat pengiktirafan
Kepuasan	Kemajuan diri Mendapat jawatan lebih tinggi
Kepimpinan transformasi	Pemimpin yang baik
Kepimpinan transaksi	Kenaikan gaji
Kerja berpasukan	Motivasi rakan sekerja

6. Rumusan dan Cadangan

Kajian yang telah dijalankan telah meneroka konsep dan faktor motivasi kepengikutan guru panitia melalui sumber dokumen dalam kajian literatur dan melalui kaedah temu bual dan pemerhatian. Menerusi hasil kajian ini, ianya dapat memberi kesedaran dan keyakinan kepada kumpulan pengikut bahawa mereka sebenarnya mempunyai tanggungjawab dan peranan penting yang mampu memberi sumbangan yang besar kepada pembangunan sesebuah organisasi. Begitu juga sebaliknya kepada pihak majikan supaya perlunya menjaga dan mengetahui keperluan pengikut.

Kajian ini sesuai dijalankan dalam sektor lain seperti industri pelancongan, perkilangan dan lain-lain sebagai cadangan untuk kajian yang akan datang. Hasil maklumat daripada pelbagai sektor akan lebih dapat membantu memberi maklumat kepada mana-mana badan organisasi dalam menyediakan latihan pengurusan untuk para pengikut. Usaha ini sangat penting dalam meningkatkan lagi keberkesanan dalam kepimpinan dan kepengikutan dalam sesebuah organisasi.

Penghargaan

Setinggi-tinggi penghargaan dan ucapan terima kasih kepada pihak *Research Management and Innovative Centre (RMIC)*, Universiti Pendidikan Sultan Idris (UPSI) dan juga kepada *The Fundamental Research Grant Scheme (FRGS)* atas bantuan kewangan dan segala kemudahan sepanjang melaksanakan kajian ini.

Rujukan

Bennis, W. (2010). Art of Followership. *Leadership Excellence*, 27(1), 3-4.

- Chaleff, I. (2008). *Creating New Ways of Following. The Art of Followership: How Great Followers Create Great Leaders and Organizations* (First Edition). San Francisco, California : Jossey-Bass.
- Chaleff, I. (2009). *The Courageous Follower : Standing Up to and for Our Leaders* (Third Edition). San Francisco, California : Berrett-Koehler Publisher.
- Chen, H., Beck, S., & Amos, L. (2005). Leadership Styles and Nursing Faculty Job Satisfaction in Taiwan”, *Journal of Nursing Scholarship*, 4(37), 374-380.
- Christina, E. S., & Lucy L. G. (2004). What leaders need to know: A review of social and contextual factors that can foster or hinder creativity. *The Leadership Quarterly*, 15 (2004) 33 – 53.
- Chua, Y. P. (2011). *Kaedah Penyelidikan* (Edisi Kedua). Kuala Lumpur, Malaysia : McGraw Hill Sdn. Bhd.
- Creswell, J.W. (1998). *Qualitative Inquiry and Research Design. Choosing Among Five Traditions*. Thousand Oaks, California : Sage Publications.
- Creswell, J.W. (2009). *Research Design : Qualitative, Quantitative and Mix Methods Approaches* (Third Edition). Thousand Oaks, California : Sage Publications.
- Creswell, J.W. (2013). *Qualitative Inquiry and Research Design, Choosing Among Five Approaches* (Third Edition). Thousand Oaks, California : Sage Publications.
- Curphy, G., & Roellig, M. (2010). *Followership*. North Oaks, California : Curphy Consulting Corporation.
- Deckers, L. (2010). *Motivation : Biological, Psychological, and Environmental* (Third Edition). Boston, Massachusetts : Allyn & Bacon.
- Denzin, N. K. and Lincoln, Y.S. (1994). *Handbook of Qualitative Research*. Thousand Oaks, California : Sage Publications.
- Jamaliah Abdul Hamid dan Norashimah Ismail (2005). *Pengurusan dan Kepimpinan Pendidikan*. Serdang, Selangor : Universiti Putra Malaysia.
- Kellerman, B. (2008). *Followership : How Followers are Creating Change and Changing Leaders* (First Edition). Boston, Massachusetts : Harvard Business Press.
- Kelley, R. E. (1992). *The Power of Followership. How to Create Leaders People Want to Follow and Followers Who Lead Themselves*. New York, United States of America : Doubleday
- Mulder, N. and Shamir, B. (2004). *Followers Motivation of In G. Goethals, G. Sorenson, & J. Burns (Eds.), Encyclopedia of leadership*. Thousand Oaks, California : SAGE Publications
- Mumtaz Begam Abdul Kadir (2010). *Kerja Bukan Kerana Pangkat*. Cheras, Kuala Lumpur : Utusan Publications & Distributors Sdn Bhd

- Northouse, P. G. (2001). *Leadership Theory and Practice (Second Edition)*. Thousand Oaks, California : Sage Publications, Inc.
- Othman Lebar (2009). *Penyelidikan Kualitatif : Pengenalan kepada Teori dan Method*, Tg. Malim, Perak : Universiti Pendidikan Sultan Idris, UNIVERSION PRESS SDN. BHD.
- Ramundo, M. and Shelly, S. (2003). *Panduan Berguna kepada Memotivasi Manusia*. Petaling Jaya, Selangor : Prentice Hall Pearson Malaysia Sdn Bhd.
- Schermerhorn, J., Hunt, J., and Osborn, R., (2000). *Organizational Behaviour* (Seven Edition), New York, United States of Amerika : John Wiley & Sons, Inc.
- Thach, E. C., Thompson K.J., & Morris, A. (2006). A Fresh Look at Followership : A Model for Matching Followership and Leadership Styles. *Institute of Behavioral and Aplied Management*, Sonoma State University.
- Yohanes Budiaorto (2005). Followership : Sisi Lain Kepimpinan yang Terlupakan. *Jurnal Psikologi*, Dosen Fakultas Psikologi Universitas INDONUSA Esa Unggul, 3(1), 19-23.
- Zainuddin Zakaria & Goh Ying Soon (2006). *Memotivasi Pekerja*. Batu Caves, Selangor: PTS Professional Publishing Sdn. Bhd.