

Publisiti oleh Peguam: Profesionalisme v. Komersialisme (*Publicity by Lawyers: Professionalism v. Commercialism*)

HARLINA BINTI MOHAMED ON

ABSTRAK

Kaedah publisiti yang mengawal profesion guaman di seluruh dunia secara tradisinya mengandungi banyak larangan dan sekatan. Disebabkan amalan guaman dianggap sebagai terhormat dan merupakan suatu bentuk perkhidmatan awam, tradisi melarang peguam mencari klien dan memandang rendah terhadap segala amalan berbentuk komersial dan persaingan di kalangan peguam, lantaran ia dikatakan boleh memudaratkan profesionalisme peguam. Namun begitu, semenjak tiga dekad yang lalu, larangan dan sekatan dalam kaedah publisiti mula diliberal secara beransur-ansur di negara luar seperti Amerika Syarikat, United Kingdom dan Australia, disebabkan ia boleh menghalang kecekapan dan inovasi dalam memasar dan menyediakan perkhidmatan. Makalah ini menelusuri hujah teoritis yang diperdebat di negara luar tersebut berhubung kesan publisiti oleh peguam terhadap profesionalisme. Memandangkan isu ini masih belum diberi perhatian di Malaysia dan kaedah publisiti yang mengawal peguam tempatan masih berada di takuk lama, penulis telah menjalankan soal selidik berkaitan persepsi peguam Malaysia berhubung kesan publisiti terhadap profesionalisme. Dapatan menunjukkan bahawa majoriti peguam Malaysia bersetuju bahawa publisiti oleh peguam tidak akan menjejaskan profesionalisme jika ia dilakukan dalam wadah yang terkawal. Justeru, terdapat keperluan di pihak Majlis Peguam untuk membangunkan kaedah publisitinya dengan lebih konsisten dan mengawal pelaksanaannya agar ia tidak mengorbankan nilai-nilai profesionalisme.

Kata kunci: Profesion guaman; tradisi; kaedah publisiti; profesionalisme; komersialisme

ABSTRACT

Publicity rules which govern the legal profession around the world traditionally involve many prohibitions and restrictions. As traditions regarded the practice of law as dignified and a form of public service, it forbade lawyers from seeking clients and looked down on all forms of commercial activities and competition among lawyers, as it could jeopardize the lawyers' professionalism. However, since several decades ago, prohibitions and restrictions in publicity rules have been liberalized gradually in other countries such as United States of America, United Kingdom and Australia, as it can be an impediment to efficiency and innovation in marketing and providing services. This paper explores the theoretical arguments forwarded by such countries in relation to the impact of publicity by lawyers toward professionalism. As this issue has not been discussed yet in Malaysia and the publicity rules which govern the local lawyers are rather archaic, the author carried out a survey pertaining to the perceptions of Malaysian lawyers on the impact of publicity toward professionalism. The findings reveal that majority of the Malaysian lawyers agreed that publicity by lawyers would not affect the professionalism if it is done in a regulated manner. Hence, there is a need for the Bar Council to develop the publicity rules more consistently and to regulate its enforcement so that it would not jeopardize the values of professionalism.

Keywords: Legal profession; traditions; publicity rules; professionalism; commercialism

PENGENALAN

Kehadiran globalisasi telah mencetus pelbagai impak dalam segenap aktiviti kehidupan. Tidak kira sama ada ia berkaitan politik, ekonomi, sosial, budaya, teknologi dan persekitaran, globalisasi membawa perubahan dalam cara yang tersendiri. Perdagangan yang lebih terbuka dan global, pergerakan modal dan sumber manusia yang merentasi sempadan politik negara, kepantasan perkembangan teknologi maklumat dan komunikasi, juga pemindahan teknologi merupakan antara contoh yang nyata. Perubahan yang berlaku daripada pelbagai sudut ini menimbulkan

suatu persoalan iaitu, dalam melalui perubahan yang semakin kompleks ini, perlukah pemikiran, pengetahuan, sikap dan nilai atau prinsip hidup kita berubah selari dengan perkembangan yang berlaku?

Dalam konteks perkhidmatan guaman di Malaysia, pelbagai perubahan signifikan dapat disaksikan semenjak negara mencapai kemerdekaan. Bermula dengan khidmat peguam ekspatriat yang sebahagian besarnya dari United Kingdom berakhir dan mula diambil alih oleh peguam tempatan, peningkatan jumlah peguam di pasaran pada setiap tahun, peranan peguam yang semakin meluas dalam

mempertahankan kedaulatan undang-undang, sehinggalah kepada sumbangan perkhidmatan guaman terhadap pertumbuhan ekonomi negara yang semakin penting. Semua perubahan dan perkembangan yang berlaku secara berperingkat ini turut mengubah sikap dan pandangan pihak pemerintah, golongan peguam dan masyarakat umum terhadap peranan perkhidmatan guaman itu sendiri. Misalnya, peluang perniagaan yang tercipta luas lantaran pertumbuhan ekonomi, telah meletakkan peguam dalam dilema, iaitu sama ada mahu terus kekal sebagai pendukung keadilan yang berpuas hati dengan tanggungjawab yang dipikul dan pendapatan yang diperolehi, atau mahu melibatkan diri dalam perdagangan perkhidmatan yang semakin beragam dan mencabar.

Di pundak Majlis Peguam pula, tergalas suatu tanggungjawab yang berat dalam menjamin, bukan sahaja kedaulatan undang-undang dipelihara dan keadilan dipertahankan tanpa rasa takut dan kasihan, malah memastikan peraturan yang mengawal profesion guaman adalah terkini dan memberi layanan yang adil terhadap ahli-ahlinya tanpa meminggirkan kepentingan awam khususnya golongan klien. Dalam konteks kaedah publisiti¹ yang mengawal profesion guaman Malaysia,² kaedah sedia ada didapati masih berada di takuk lama dan tidak memenuhi keperluan semasa.³ Malah, adalah suatu paradoks untuk membincangkan tentang peranan peguam di era globalisasi andai penilaian semula dan pindaan tidak dilakukan terhadap kaedah tersebut.

Lantaran itu, semakin banyak negara luar, misalnya Amerika Syarikat, United Kingdom dan Australia telah mengorak langkah untuk meliberal kaedah publisiti yang mengawal profesion guaman mereka.⁴ Bahkan, profesion lain seperti perakaunan, kejuruteraan dan seni bina, sama ada dalam⁵ dan luar negara, dilihat lebih fleksibel dan terkehadapan dalam membangun dan menguatkuasakan kaedah publisitinya.

Namun begitu, tindakan meliberal kaedah publisiti di negara luar berkenaan telah menjadi subjek perbahasan di kalangan mereka yang menyokong dan menentang publisiti oleh peguam. Pandangan tradisional yang menunjangi penentangan terhadap publisiti berkisar kepada tuntutan tradisi yang melarang peguam mencari klien dan kepercayaan bahawa keadilan tidak boleh diperdagangkan. Tradisi turut memandang rendah terhadap segala amalan berbentuk komersial dan persaingan di kalangan peguam. Ia dikatakan boleh memudaratkan profesionalisme peguam, lebih-lebih lagi golongan peguam mempunyai tanggungjawab awam dalam mentadbir dan mendukung keadilan. Tambahan pula, pada masa dahulu, bagi kebanyakan peguam, kualiti perkhidmatan dan reputasi yang baik sudah memadai bagi mereka untuk sekadar menggantungkan papan nama di hadapan premis perniagaan dan selanjutnya menanti kehadiran bakal klien. Lantaran itu, membuat publisiti untuk menarik perhatian bakal klien serta mendapatkan arahan daripada mereka dianggap sebagai tidak beretika.

¹ Secara umumnya, membuat 'publisiti' merupakan suatu tindakan atau teknik menghebahkan maklumat untuk memberitahu atau menarik perhatian umum terhadap sesuatu produk melalui media massa. Kamus Inggeris – Melayu Dewan, Dewan Bahasa dan Pustaka, Kementerian Pendidikan Malaysia, Kuala Lumpur, 1992, hlm 1258-1259. Dalam konteks perkhidmatan guaman, publisiti oleh peguam termasuklah pengiklanan, perbuatan memujuk rayu bakal klien serta penampilan dan kenyataan oleh peguam di khalayak ramai. Pengiklanan merupakan komunikasi bermaklumat, yang ditujukan kepada pihak umum, mengenai perkhidmatan yang disediakan oleh seseorang peguam atau sesebuah firma guaman. Manakala, perbuatan memujuk rayu adalah komunikasi yang dilakukan sama ada secara terbuka atau bersendirian, yang bertujuan untuk atau cenderung untuk menarik perniagaan, yang ditujukan kepada orang perseorangan tertentu atau organisasi atau sekumpulan individu tertentu. Penampilan dan kenyataan oleh peguam di khalayak ramai pula merangkumi penglibatan peguam dalam aktiviti sivik dan politik, berucap atau berceramah dalam seminar, persidangan atau forum, memberi pandangan mengenai sesuatu kes apabila diminta oleh pihak akhbar, menjadi ahli panel dalam diskusi yang diterbitkan di media elektronik seperti radio dan televisyen, dan menulis buku atau artikel undang-undang.

² Publisiti oleh peguam Malaysia dikawal oleh Kaedah-Kaedah Profesion Undang-Undang (Publisiti) 2001, Kaedah-Kaedah Laman Sesawang Bagi Firma-Firma Guaman 2005, Kaedah-Kaedah Profesion Undang-Undang (Amalan dan Kesopanan) 1978 dan keputusan-keputusan Majlis Peguam berkaitan amalan, kelakuan dan etika pihak peguam yang dikeluarkan dari semasa ke semasa oleh Majlis Peguam.

³ Misalnya, sekatan dari segi jenis maklumat yang boleh diiklankan, medium pengiklanan yang dibenarkan, cara pengiklanan dilakukan; larangan secara total terhadap perbuatan memujuk rayu oleh peguam; dan kelemahan prosedur penilaian, pematuhan dan penguatkuasaan. Lihat Harlina Mohamed On & Rohimi Shapiee, 'Peraturan publisiti dalam profesion guaman: justifikasi ke arah penilaian semula' (2009) 13 Jurnal Undang-Undang, hlm 98-103.

⁴ Lihat Organization for Economic Cooperation and Development, *Competition in Professional Services*, 2002. <http://www.oecd.org/dataoecd/35/4/1920231.pdf> (10 Julai 2006). Misalnya, di Amerika Syarikat, United Kingdom dan Australia, golongan peguam kini boleh mengiklankan apa jua maklumat selagi ia tidak palsu, mengelirukan atau memperdaya pihak awam. Bentuk medium pengiklanan yang dibenarkan juga tidak terhad kepada medium bercetak seperti kad nama, surat khabar, majalah dan pagar iklan, bahkan merangkumi medium elektronik seperti radio dan televisyen. Selain daripada itu, perbuatan memujuk rayu bakal klien secara bertulis oleh peguam turut dibenarkan di Amerika Syarikat.

⁵ Misalnya, daripada aspek maklumat yang boleh diiklankan, profesion guaman Malaysia masih menghadkan maklumat yang boleh diiklankan oleh peguam setakat apa yang disenaraikan dalam Kaedah 2 Kaedah Publisiti, sedangkan profesion lain seperti perakaunan, kejuruteraan dan seni bina boleh mengiklankan sebarang maklumat asalkan maklumat berkenaan merupakan suatu perkara fakta, relevan, tidak mengelirukan, tidak memperdayakan atau tidak memberi ketidakadilan, bersifat informatif dan tidak mencemarkan maruah profesion. Lihat *By-Law A-9.1 MIA By-Laws (On Professional Conduct and Ethics) (Revised January 2002)*; Peraturan 27(c) Peraturan-Peraturan Pendaftaran Jurutera 1990 PU(A) 128/1990 dan Pekeliling No. 2/2003 Lembaga Jurutera; dan Tata Kelakuan Profesional di bawah Jadual Kedua (Kaedah 28) Kaedah-Kaedah Arkitek 1996 PU(A) 379/1996 dan Pekeliling Am No. 3/1997 Lembaga Arkitek.

Persoalannya, benarkah publisiti oleh peguam merupakan amalan berbentuk komersial yang mampu menjejaskan profesionalisme peguam? Justeru, fokus makalah ini adalah membicarakan tentang kesan publisiti oleh peguam terhadap nilai-nilai profesionalisme dan untuk tujuan itu, makalah ini dibahagikan kepada empat sub-topik. Penulis memulakannya dengan membincangkan takrif ‘profesionalisme’, yang mana penulis mengketengahkan definisi dan ciri-ciri profesionalisme yang dibincangkan oleh beberapa sarjana di negara luar, juga menelusuri nilai-nilai teras dan prinsip-prinsip profesion yang terangkum secara implisit dalam beberapa perundangan dan peraturan yang mengawal profesion guaman Malaysia.

Menyusul selepas itu ialah perbincangan mengenai sama ada amalan guaman merupakan suatu profesion atau perniagaan. Dalam sub-topik ini, penulis mengketengahkan hujah-hujah yang dilontarkan oleh pihak berkenaan di Amerika Syarikat, United Kingdom dan Australia, yang mana ketiga-tiga negara ini telah meliberal kaedah publisiti yang mengawal profesion guamannya secara berperingkat semenjak tiga dekad yang lalu. Sementara, disebabkan isu ini masih belum diberi perhatian dan belum diperdebatkan secara serius di Malaysia, sama ada oleh pihak sarjana mahupun profesion guaman, penulis merintis kajian dan penulisan berhubung isu ini dengan memaparkan dapatan soal selidik mengenai persepsi peguam Malaysia berhubung kesan publisiti terhadap profesionalisme dalam sub-topik selanjutnya.⁶ Sebagai penutup, penulis menyimpulkan perbincangan secara keseluruhan.

Disebabkan fokus makalah ini adalah membicarakan tentang kesan publisiti oleh peguam terhadap nilai-nilai profesionalisme, penulis tidak mengheret perbincangan kepada bentuk liberalisasi atau cara bagaimana kaedah publisiti diliberalkan kerana hal ini hakikatnya layak dibincangkan dengan lebih terperinci dalam penulisan yang lain.

APAKAH ‘PROFESIONALISME’?

Walaupun istilah ‘profesionalisme’ sering kali digunakan untuk merujuk prinsip asas atau elemen penting berhubung etika profesional, perdebatan dalam memutuskan takrifannya yang tepat dan jelas masih gagal mencapai kata sepakat.⁷ Yang Arif Hakim Sandra O’Connor menawarkan definisi ‘profesionalisme’ sebagai berikut:

A commitment to develop one’s skills to the fullest and to apply that responsibility to the problems at hand. Professionalism requires adherence to the highest ethical standards of conduct and a willingness to subordinate narrow self-interest in pursuit of a more fundamental goal of public service. Because of the tremendous power they wield in our system, lawyers must never forget that their duty to serve their clients fairly and skillfully takes priority over the personal accumulation of wealth. At the same time, lawyers must temper bold advocacy for their clients with a sense of responsibility to the larger legal system which strives, however imperfectly, to provide justice for all.⁸

Menurut John Webster, pengerusi *Competition Policy Committee of the Australian Council of Professions*, untuk menjadikan sesuatu pekerjaan itu sebagai suatu ‘profesion’, perkara berikut perlulah dipenuhi, iaitu:

1. Keperluan memiliki ilmu pengetahuan dan skil yang diperolehi daripada penyelidikan, pendidikan dan latihan di peringkat tinggi;
2. Keperluan yang tinggi bahawa para profesional menggunakan ilmu pengetahuan dan skil mereka untuk kepentingan pihak lain;
3. Standard kepakaran dan kelakuan/tatatertib yang telah ditetapkan dan dikuatkuasakan oleh persatuan atau mana-mana badan yang seumpamanya yang mewakili profesion berkenaan yang beroperasi di bawah suatu piagam atau artikel persatuan yang mendefinisikan peranannya sebagai badan pengawal; dan
4. Kepatuhan kepada kod kelakuan/tatatertib termasuklah yang menghendaki para profesional meletakkan

⁶ Dalam kajian ini, pengumpulan data tidak melibatkan temuramah lantaran ketandusan pakar tempatan yang mengkhusus dalam isu ini. Justeru, sebagai permulaan, penulis memilih menjalankan tinjauan mengenai persepsi peguam Malaysia tentang kesan publisiti terhadap profesionalisme. Data yang diperolehi daripada soal selidik ini amatlah berguna memandangkan golongan peguam adalah pihak yang bertanggungjawab untuk mematuhi kaedah publisiti yang dikuatkuasakan. Lantas, bagi membolehkan kaedah yang dikuatkuasakan boleh diterima dan dihargai, pandangan mereka mempunyai nilai yang tinggi, sementara mereka juga merupakan pihak yang mempunyai gambaran sebenar tentang keberkesanan pemakaian dan pelaksanaan sesuatu peraturan profesion.

⁷ Misalnya Terrell & Wildman menyatakan, “*professionalism is an elusive concept and defining it is a lofty goal.*” Timothy Terrell & James Wildman, ‘Rethinking professionalism’ (1992) 41 *Emory Law Journal*, hlm 406. Powell pula menyatakan, “*the concept of professionalism is widely discussed, passionately supported, has generated innovative programs, codes and experiments, but is little-defined.*” Burnele V. Powell, ‘Lawyer professionalism as ordinary morality’ (1994) 35 *Texas Law Rev.*, hlm 277-278. Manakala, Mashburn menjelaskan, “*nothing there is a tendency to rely on metaphor in the use of the term professionalism, which may contribute to the absence of consensus as to the term’s meaning.*” Amy R. Mashburn, ‘Professionalism as class ideology: civility codes and bar hierarchy’ (1994) 28 *Val. U. L. Rev.*, hlm 657. Fred Zacharias pula berpendapat bahawa “*professionalism is an abused term and is often defined merely as to act the way we want lawyers to act.*” Fred Zacharias, ‘Reconciling professionalism and client interests’ (1995) 36 *WM. & Mary L. Rev.*, hlm 1307. Manakala, Rhodes menyatakan, “*a central part of the professionalism problem is lack of consensus about what exactly the problem is.*” Deborah Rhodes, ‘Opening remarks: professionalism’ (2001) 52 *S. Carolina L. Rev.*, hlm 459.

⁸ Dinyatakan dalam *The Maryland Judicial Task Force on Professionalism – Report and Recommendations*, 2003, hlm 15.

kesihatan, keselamatan dan kebajikan komuniti mendahului taat setia kepada klien, rakan seperjuangan atau profesion, dan beramal dalam lingkungan kepakaran mereka sahaja.⁹

Manakala Hamilton (2008) pula,¹⁰ berdasarkan tiga laporan oleh *American Bar Association* (ABA) iaitu *Stanley Report*,¹¹ *Macrate Report*¹² dan *Haynsworth Report*;¹³ *Conference of Chief Justices's National Action Plan*;¹⁴ dan mukadimah kepada *ABA Model Rules of Professional Conduct*¹⁵ mensintesis bahawa 'profesionalisme' menghendaki seseorang peguam untuk:

1. Memupuk kesedaran hati nurani (*personal conscience*) sepanjang kerjayanya, iaitu kesedaran mengenai baik atau buruknya niat atau tindakan seseorang yang disertai dengan rasa tanggungjawab untuk menjadi atau melakukan perkara yang baik dari segi moral. Ia merupakan prinsip asas profesionalisme bagi pelajar undang-undang dan golongan peguam untuk membina identiti profesional. Tanpa asas ini, prinsip profesionalisme yang lain akan hancur disebabkan peguam akan bertindak mengikut kepentingan peribadi, termasuklah mempersendakan peraturan yang dikuatkuasakan oleh badan kawal selia demi kepentingan peribadi.
2. Mematuhi standard minimum yang ditetapkan oleh badan kawal selia berhubung kemahiran dan etika profesional memandangkan untuk menjadi peguam, seseorang itu perlu mengikuti latihan intelektual secara substansial dan terlibat dalam penggunaan kebijaksanaan yang kompleks. Oleh itu, menghendaki peguam untuk menunjukkan kemahiran dan etika profesional pada tahap minimum adalah sesuatu yang wajar dan kegagalan mematuhi standard minimum yang ditetapkan merupakan suatu kesalahan tatalaku.
3. Merealisasikan sepanjang kerjayanya nilai-nilai teras (*core values*) dan prinsip-prinsip profesion (*ideals of the profession*) termasuklah membatinkan standard tertinggi berhubung kemahiran dan etika profesional. Nilai-nilai teras profesion antaranya ialah mewakili klien dengan kompeten, memberi taat setia kepada klien, merahsiakan maklumat klien, mempertahankan klien dengan bersemangat di mahkamah, membuat keputusan profesional secara bebas, mengekal

dan menambahbaikkan lagi kualiti perkhidmatan, menjamin kesamarataan akses terhadap sistem keadilan, dan menghormati sistem perundangan serta semua pihak yang terlibat dalam sistem. Manakala, prinsip-prinsip profesion pula termasuklah memiliki integriti, kejujuran dan kesaksamaan dalam menjalankan tugas termasuklah ketika berurusan dengan pihak lawan.

4. Menarik minat peguam lain agar bertanggungjawab untuk mematuhi standard minimum yang ditetapkan oleh badan kawal selia dan menggalakkan mereka untuk merealisasikan nilai-nilai teras dan prinsip-prinsip profesion. Selaras dengan prinsip kawal selia sendiri yang merupakan salah satu ciri profesion yang bertujuan untuk melindungi pihak awam, adalah tidak wajar bagi seseorang peguam untuk berkompromi dalam hal-hal berhubung perbuatan tidak beretika atau tidak profesional yang dilakukan oleh peguam lain. Hal ini penting bagi memastikan pihak profesion tidak berhadapan dengan risiko kehilangan autonominya.
5. Bertindak selaku fidusiari apabila kepentingan peribadi bercanggah dengan tanggungjawab terhadap klien dan matlamat awam profesion, iaitu menegakkan keadilan. Ini termasuklah (i) memperuntukkan masa profesionalnya untuk berkhidmat kepada masyarakat, terutamanya mewakili pihak yang kurang bernasib baik (*bantuan pro bono*), dan (ii) mengimbangi matlamat untuk memperoleh pendapatan dan kekayaan buat diri sendiri dengan tanggungjawab profesional, nilai-nilai teras dan prinsip-prinsip profesion.

Bagi Yang Arif Hakim Gerald Lebovits (2006), profesionalisme adalah sesuatu yang melebihi kompetensi mahupun etika profesional. Ia merangkumi ketertiban dan ketertiban bermaksud budi bahasa, tatasusila, kesaksamaan, integriti dan ciri-ciri kebaikan lain yang seumpamanya. Profesionalisme juga bermaksud bertindak mulia terhadap klien, pihak lawan, mahkamah, saksi, rakan seperjuangan dan setiap orang. Tambahnya lagi, "...*competence and ethics represent the floor below which no judge or lawyer may descend. Professionalism is the ceiling, the height of the profession of law, the goal to which all judges and lawyers should ascend.*"¹⁶

⁹ Council of Australian Governments Committee on Regulatory Reform, Guidelines for the Review of Regulation of the Professions under National Competition Policy, 1999, hlm 15, <http://www.appliedeconomics.com.au/pubs/reports/coag.htm> (23 June 2006).

¹⁰ Neil Hamilton, 'Professionalism clearly defined' (2008) 18 (4) *The Professional Lawyer*, hlm 1 - 46. http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1015396 (10 Jun 2010).

¹¹ ABA Commission on Professionalism, Teaching and Learning Professionalism, 1986.

¹² An Educational Continuum, Report of the Task Force on Law Schools and the Profession: Narrowing the Gap, ABA Sec. Legal Educ. and Admissions to the Bar, Legal Educ. and Professional Development, 1992.

¹³ ABA Sec. Legal Educ. And Admissions to the Bar, Report of the Professionalism Comm., 1996.

¹⁴ Conference of Chief Justices's National Action Plan on Lawyer Conduct and Professionalism, 1999.

¹⁵ ABA Model Rules of Professional Conduct 1983 – Preamble.

¹⁶ Gerald Lebovits, 'Professionalism in the legal profession' (2006) Summer *Richmond County Bar Journal*, hlm 8.

Dalam konteks profesion guaman Malaysia, nilai-nilai teras dan prinsip-prinsip profesion seperti mana yang dihuraikan di atas turut terangkum secara implisit dalam perundangan dan peraturan yang mengawal profesion guaman. Secara umumnya, profesion guaman Malaysia turut memberi penekanan terhadap tanggungjawab dan etika profesional ahli-ahlinya, yang mana ia merujuk tanggungjawab dan tatalaku seseorang peguam terhadap kliennya, pihak awam, sistem perundangan dan ahli profesion yang lain. Adalah menjadi kewajipan di pihak peguam untuk mematuhi segala peraturan yang mengawal mereka memandangkan pelanggaran apa-apa kaedah amalan dan etika profesional yang dibuat oleh Majlis Peguam di bawah Akta Profesion Undang-Undang 1976 atau selainnya;¹⁷ atau pelanggaran mana-mana peruntukan Akta Profesion Undang-Undang 1976 atau mana-mana kaedah yang dibuat di bawahnya atau apa-apa arahan atau keputusan Majlis Peguam¹⁸ merupakan suatu salah laku di pihak peguam.

Dalam memenuhi tanggungjawabnya terhadap klien, antara lain peguam Malaysia dituntut untuk mempertahankan kepentingan klien,¹⁹ memberi taat setia kepada klien,²⁰ serta tidak menyalahgunakan kepercayaan klien terhadapnya.²¹ Setiap peguam berada dalam hubungan fidusiari dengan kliennya,²² yang mana hubungan ini mengwujudkan pelbagai kewajipan yang boleh dikuatkuasakan oleh pihak klien sekiranya gagal dipatuhi peguam. Hubungan ini antara lainnya menghendaki seseorang peguam untuk mengelak sebarang transaksi yang melibatkan percanggahan antara kepentingannya dengan kepentingan klien, tidak boleh menggunakan hubungan fidusiari ini sebagai alat untuk memperoleh keuntungan peribadi,²³ selain daripada yuran profesional yang munasabah. Jika terdapat sebarang percanggahan kepentingan atau kemungkinan mendapat keuntungan peribadi, seseorang peguam bertanggungjawab mendedahkan hal tersebut kepada pihak klien serta mendapatkan kebenaran daripada kliennya sebelum

meneruskan transaksi tersebut.²⁴ Dalam kes-kes yang melibatkan percanggahan kepentingan, seseorang peguam dikehendaki menasihatkan kliennya untuk mendapatkan nasihat perundangan bebas daripada pihak lain sebelum meneruskan transaksi atau perwakilan.

Bagi memenuhi tanggungjawabnya terhadap masyarakat awam pula, melindungi dan menolong orang ramai dalam semua perkara yang menyentuh, berkaitan atau bersampingan dengan undang-undang turut menjadi sebahagian daripada tujuan Bar Malaysia.²⁵ Malah, Bar Malaysia turut membuat peruntukan bagi atau menolong menganjurkan suatu sekim yang mana orang awam yang tiada berwang boleh diwakili pihak peguam.²⁶ Ini merupakan suatu usaha di pihak profesion dalam memastikan bahawa setiap golongan masyarakat, sama ada yang bernasib baik atau kurang bernasib baik, yang datang daripada golongan berada, sederhana mahupun yang miskin, mendapat akses terhadap keadilan yang menjadi matlamat akhir sesuatu sistem perundangan. Dalam mempertahankan keadilan pula, antara lain seseorang peguam hendaklah menjalankan pembelaan dengan cara yang saksama dan terhormat;²⁷ atau menjalankan pendakwaan supaya tidak disabitkan seseorang yang tidak bersalah.²⁸

Seseorang peguam juga bertanggungjawab mempertahankan kehormatan dan taraf profesionnya;²⁹ berkelakuan jujur, beradab dan bersaksama;³⁰ serta berupaya menyenggara kebebasan profesionalnya.³¹ Tanggungjawab untuk mempertahankan kehormatan dan taraf profesion ini turut ditegaskan dalam Kaedah Publisiti yang antara lain melarung peguam untuk membuat publisiti dengan cara yang mungkin akan mengurangkan keyakinan awam terhadap profesion atau menyebabkan profesion mendapat nama buruk; atau dengan cara yang semunasabahnya dianggap sebagai menunjuk-nunjuk, menyinggung perasaan, mengelirukan, memperdayakan, kurang tepat, palsu, menimbulkan sensasi, mengganggu, menyakitkan hati atau dengan apa-apa cara lain yang tidak sepadan dengan maruah profesion undang-undang.³²

¹⁷ Sekyen 94(3)(d) Akta Profesion Undang-Undang 1976.

¹⁸ Sekyen 94(3)(k) Akta Profesion Undang-Undang 1976.

¹⁹ Kaedah 16 Kaedah-Kaedah Profesion Undang-Undang (Amalan dan Kesopanan) 1978.

²⁰ Kaedah 8 Kaedah-Kaedah Profesion Undang-Undang (Amalan dan Kesopanan) 1978.

²¹ Kaedah 35 Kaedah-Kaedah Profesion Undang-Undang (Amalan dan Kesopanan) 1978.

²² *Common Law* turut meletakkan tanggungjawab fidusiari di pundak peguam untuk memelihara keyakinan, kepercayaan, kebergantungan dan amanah yang diletakkan oleh pihak klien terhadap dirinya. Misalnya dalam kes *Law Society of New South Wales v Harvey* [1976] 2 NSWLR 154, Yang Arif Hakim Street antara lain menyatakan bahawa "...there cannot be any doubt that the duty of a solicitor to his client is paramount, and that he must not prefer his or the interests of another to that of his client..."

²³ Kaedah 35 Kaedah-Kaedah Profesion Undang-Undang (Amalan dan Kesopanan) 1978.

²⁴ Kaedah 25 Kaedah-Kaedah Profesion Undang-Undang (Amalan dan Kesopanan) 1978.

²⁵ Seksyen 42(1)(g) Akta Profesion Undang-Undang 1976.

²⁶ Seksyen 42(1)(h) Akta Profesion Undang-Undang 1976.

²⁷ Kaedah 9 Kaedah-Kaedah Profesion Undang-Undang (Amalan dan Kesopanan) 1978.

²⁸ Kaedah 10 Kaedah-Kaedah Profesion Undang-Undang (Amalan dan Kesopanan) 1978.

²⁹ Kaedah 31 Kaedah-Kaedah Profesion Undang-Undang (Amalan dan Kesopanan) 1978.

³⁰ Kaedah 18 Kaedah-Kaedah Profesion Undang-Undang (Amalan dan Kesopanan) 1978.

³¹ Kaedah 5 Kaedah-Kaedah Profesion Undang-Undang (Amalan dan Kesopanan) 1978.

³² Kaedah 5(1)(a) Kaedah-Kaedah Profesion Undang-Undang (Publisiti) 2001.

Justeru, berdasarkan perbincangan di atas, terdapat perbezaan antara pengertian 'etika' dengan 'profesionalisme'. Seperti yang diputuskan oleh *Chief Justices' Commission on Professionalism to the Supreme Court of Georgia* antara lain bahawa "...the model rules of professional ethics reflects what is minimally expected of lawyers, but professionalism encompasses what is more broadly expected of lawyers – both by the public and by the finest traditions of the legal profession itself."³³ Dengan kata lain, 'etika' menentukan perkara yang semestinya dilakukan oleh peguam (*what a lawyer must do*), manakala 'profesionalisme' menetapkan perkara yang sepatutnya dilakukan oleh peguam (*what a lawyer should do*).

AMALAN GUAMAN: PROFESION ATAU PERNIAGAAN?

Seperti yang telah diuraikan di atas, seseorang peguam bertanggungjawab dalam mengimbangi matlamat untuk memperoleh pendapatan dan kekayaan buat diri sendiri dengan tanggungjawab profesional, nilai-nilai teras dan prinsip-prinsip profesion. Dalam konteks kaedah publisiti, kebimbangan paling ketara yang menunjangi kontroversi berhubung kesan publisiti terhadap profesionalisme adalah berpunca daripada kecenderungannya dalam mengheret perkhidmatan guaman ke kancah perniagaan dan persaingan.

Bagi golongan yang menentang publisiti oleh peguam, perkhidmatan guaman merupakan suatu profesion, bukan dan tidak akan menjadi suatu perniagaan. Oleh yang demikian, membuat publisiti dianggap sebagai melanggar tradisi yang melarang peguam mencari klien. Mereka mempostulasi bahawa publisiti seperti pengiklanan dan perbuatan memujuk rayu boleh membawa kesan buruk terhadap imej profesion, seperti yang diungkapkan oleh Yang Arif Hakim Burger, "terdapat penyimpangan jauh daripada prinsip profesionalisme".³⁴ Ini kerana, seseorang peguam bertanggungjawab dalam mempertahankan nilai-nilai profesionalisme dan mematuhi suatu standard tatalaku yang lebih tinggi berbanding apa yang boleh dijangkakan daripada seseorang peniaga biasa. Lantaran itu, peraturan profesion sewajarnya melarang publisiti yang tidak bermaruah demi memelihara imej profesion pada pandangan awam.

Dalam kes *Bates and O'Sheen v State Bar of Arizona*,³⁵ dua orang peguam muda telah mengiklankan

perkhidmatan rutin guaman berserta yuran perkhidmatan tertentu di surat khabar dalam percubaan untuk membawa perkhidmatan mereka kepada pengetahuan golongan berpendapatan rendah. Akibatnya, mereka telah dikenakan tindakan disiplin oleh *Arizona Bar* kerana telah melanggar peraturan yang melarang pengiklanan oleh peguam. *Arizona Bar* berhujah bahawa pengiklanan yang memaparkan yuran perkhidmatan membawa kepada perdagangan atau pengkomersialan perkhidmatan guaman, dan ini mencacatkan maruah golongan peguam. Ini kerana, kesibukan pasaran perdagangan cenderung membawa natijah buruk terhadap orientasi perkhidmatan profesional serta boleh menjejaskan keseimbangan antara keperluan peguam untuk memperoleh mata pencarian dengan tanggungjawabnya untuk berkhidmat demi kepentingan awam. Pengiklanan juga dikatakan mampu memudarkan kepercayaan klien terhadap peguam. Apabila klien merasakan bahawa perkhidmatan yang diberikan oleh peguam lebih bermotifkan keuntungan berbanding kebajikan klien, ini akan menghakik keyakinan klien terhadap peguam.³⁶

Dalam mengketepikan hujah *Arizona Bar*, Yang Arif Hakim Blackmun mengakui kepentingan mempertahankan profesionalisme tetapi mengkritik perkaitan yang dibuat antara pengiklanan dengan penghakisan profesionalisme. Hujah *Arizona Bar* seperti mengandaikan bahawa golongan peguam mestilah menyembunyikan daripada diri mereka sendiri dan kliennya fakta bahawa mereka hakikatnya mencari nafkah hidup sebagai peguam. Malah, kaunsel yang mewakili *Arizona Bar* sendiri mengakui dalam hujah lisannya bahawa firma guaman kini merupakan suatu perniagaan besar, yang mana kliennya terdiri daripada kalangan jutawan, pengurusan firma pula dikendalikan menggunakan komputer, dan sebagainya. Lantaran itu, menurut kaunsel tersebut, untuk menggelar amalan guaman sebagai tidak bersifat komersial adalah suatu "lagakan alim yang memperdaya".³⁷

Melihat kepada situasi yang wujud pada hari ini, adalah ketara bahawa perkhidmatan guaman merupakan suatu profesion dan perniagaan,³⁸ malah perniagaan yang kompetitif. Di Malaysia umpamanya, melihat kepada peranan dan sumbangan perkhidmatan guaman yang semakin signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi negara,³⁹ pertambahan jumlah peguam, firma guaman⁴⁰

³³ Chief Justices' Commission on Professionalism to the Supreme Court of Georgia, 1997, hlm 1.

³⁴ Ronald D. Rotunda, 'Lawyers and professionalism: a commentary on the report of the American Bar Association Commission on professionalism' (1987) 18 *Loyola U. Chi. Law Journal*, hlm 1150.

³⁵ *Bates*, hlm 350.

³⁶ [1977] 433 U.S. 350.

³⁷ *Bates*, hlm 368.

³⁸ Robert L. Nelson, 'Practice and privilege: social change and the structure of large law firms' (1981) 6 (1) *Law & Social Inquiry*, hlm 97.

³⁹ Lihat Bab 20 – Bidang pertumbuhan sektor perkhidmatan, Pelan Induk Perindustrian Ketiga (IMP3) 2006 – 2020, Kementerian Perdagangan Antarabangsa dan Industri, 2006.

⁴⁰ Bilangan firma guaman dan jumlah peguam dalam pasaran bertambah pada kadar 10 – 15% setahun. <http://www.malaysianbar.org.my> (13 Disember 2008).

dan pekerja⁴¹ dalam pasaran perkhidmatan guaman saban tahun yang menuntut persaingan, peningkatan nilai output kasar firma guaman,⁴² penglibatan dalam perdagangan serantau, penggunaan teknik atau strategi yang dipinjam daripada dunia perniagaan dalam mentadbir urusan harian firma,⁴³ dan premis serta kelengkapan pejabat yang mewah semuanya menggambarkan bahawa unsur komersialisme wujud di situ.

Menurut Abdul Rahman bin Abdul Aziz (2010), "*legal practice can be recognised as a business-like profession and not a professional's business.*"⁴⁴ Walaupun urusan firma guaman wajar ditadbir seperti amalan perniagaan biasa, golongan peguam tetap perlu menjadi profesional yang memelihara nilai-nilai profesionalisme. Namun begitu, '*business-like professional*' perlu mengetahui pasarannya bagi membolehkannya merancang tentang bagaimana mahu memasarkan perkhidmatan. Ini kerana, keperluan untuk memasarkan perkhidmatan adalah sangat mustahak pada hari ini. Pasaran yang semakin dinamis dan persaingan yang semakin sengit memerlukan setiap peguam untuk menjadi efisien dalam setiap tindakan bagi membolehkan mereka berhadapan dengan para pesaing dalam pasaran.

Hakikat ini diakui Yang Arif Hakim Spigelman yang berpendapat bahawa dalam banyak hal, amalan guaman adalah suatu bentuk perniagaan yang mempunyai impak positif terhadap ekonomi. Namun begitu, disebabkan wujudnya elemen kepentingan awam dan nilai-nilai profesionalisme yang perlu dipertahankan, ia tidak

boleh dianggap sebagai menjalankan perniagaan semata-mata.⁴⁵

Pandangan sedemikian membawa konotasi bahawa perbezaan antara profesion dengan perniagaan lain kini menjadi suatu anakronisme. Suatu fakta yang tidak boleh dinafikan ialah, peguam hari ini menjalankan amalan dalam persekitaran yang sudah tentunya berbeza daripada persekitaran yang wujud kira-kira 50 tahun yang lalu. Perkhidmatan guaman hari ini sewajarnya mengambil kira perkembangan yang berlaku dalam era globalisasi. Kecenderungan golongan peguam menjadi lebih korporat, lebih mengkhusus dalam bidang kepakaran tertentu dan lebih berorientasikan aktiviti ekonomi adalah sesuatu yang tidak dapat dielakkan demi menjamin kelangsungan hidup.

Pun begitu, menurut Hamilton (2008), kegagalan umum dalam semua usaha untuk mendefinisikan istilah '*profesionalisme*' ialah dalam membincangkan secukupnya mengenai aspek perniagaan dalam profesion yang boleh mewujudkan ketegangan antara matlamat mencari nafkah hidup dan kekayaan dengan tanggungjawab mempertahankan profesionalisme.⁴⁶ Walaupun perbincangan mengenainya banyak memberi peringatan kepada peguam agar tidak mementingkan keuntungan semata-mata, namun, tidak terdapat sebarang saranan tentang bagaimana hendak membendung sikap mengutamakan kepentingan ekonomi peribadi ini daripada terus menular dalam minda dan jiwa seseorang peguam,⁴⁷ juga tiada panduan diberi dalam menentukan maksud

⁴¹ Berdasarkan bncian yang dibuat oleh Jabatan Perangkaan Malaysia terhadap perkhidmatan profesional dari tempoh 1996 hingga 2003, jumlah keseluruhan pekerja dalam perkhidmatan profesional meningkat daripada 78,465 orang pada tahun 1996 kepada 88,285 pada tahun 2003. Perkhidmatan guaman dan perkhidmatan perakaunan membentuk segmen terbesar dengan catatan sebanyak 58% daripada jumlah keseluruhan pekerja dalam perkhidmatan profesional pada tahun 2003. Banci Perkhidmatan Profesional (Sektor Swasta) 2004, Jabatan Perangkaan Malaysia, Februari 2006, hlm. 29.

⁴² Berdasarkan bncian yang dibuat oleh Jabatan Perangkaan Malaysia terhadap perkhidmatan profesional, dari tempoh 1996 hingga 2003, jumlah nilai output kasar bagi perkhidmatan guaman bertambah daripada RM1.1 billion pada tahun 1996 kepada RM1.5 billion pada tahun 2003. Membandingkan dengan perkhidmatan profesional yang lain, pada tahun 2003, perkhidmatan guaman mencatat jumlah kedua terbesar selepas perkhidmatan kejuruteraan dengan catatan sebanyak 26% daripada jumlah keseluruhan nilai output kasar perkhidmatan profesional yang dibanci. Banci Perkhidmatan Profesional (Sektor Swasta) 2004, Jabatan Perangkaan Malaysia, Februari 2006, hlm 29.

⁴³ Tidak dapat dinafikan bahawa strategi perniagaan seperti pemasaran, pengurusan yang efisien, penggunaan ICT dan penilaian produktiviti yang menjadi amalan perniagaan biasa kini menjadi ikutan golongan peguam dalam mentadbir urusan firma guaman mereka.

⁴⁴ Tan Sri Abdul Aziz Abdul Rahman, 'Tan Sri Abdul Aziz Abdul Rahman speaks: lawyers' advertising rules', 27 Ogos 2010. <http://www.mmail.com.my/content/47702-lawyers-advertising-rules> (19 Oktober 2010). Tan Sri Abdul Aziz bin Abdul Rahman adalah mantan Pengarah Urusan, Sistem Penerbangan Malaysia (MAS). Beliau juga pernah berkhidmat sebagai pegawai kehakiman dan perundangan dalam kerajaan selama 10 tahun.

⁴⁵ Spigelman AC, Are Lawyers Lemon? Competition Principles and Professional Regulation, The 2002 Lawyer's Lecture, New South Wales. http://www.lawlink.nsw.gov.au/lawlink/supreme_court/ll_sc.nsf/pages/SCO_speech_spigelman_291002 (18 September 2008).

⁴⁶ Neil Hamilton, 'Professionalism clearly defined', hlm 42.

⁴⁷ Misalnya, *Stanley Report* ada menyebut bahawa "*all segments of the bar should ... resist the temptation to make the acquisition of wealth a primary goal of law practice.*" ABA Commission on Professionalism, Teaching and Learning Professionalism, hlm 15. Ia turut memberi amaran bahawa "*activities directed primarily to the pursuit of wealth will ultimately prove both self-destructive and destructive of the fabric of trust between clients and lawyers generally.*" ABA Commission on Professionalism, Teaching and Learning Professionalism, hlm 51. Begitu juga, *Macrate Report* ada menyatakan bahawa semenjak tahun 1970an, firma-firma guaman besar menjadi semakin berorientasikan keuntungan yang berpunca daripada pertukaran budaya iaitu "*from that of a restrained professional organization to that of a competitive, entrepreneurial enterprise.*" An Educational Continuum, Report of the Task Force on Law Schools and the Profession: Narrowing the Gap, ABA. Sec. Legal Educ. and Admissions to the Bar, Legal Educ. and Prof. Dev., 1992, hlm 79 - 80. *Haynsworth Report* pula menyenaraikan *economic temperance* sebagai salah satu ciri sokongan yang perlu ada dalam diri seseorang peguam. ABA Sec. Legal Educ. and Admissions to the Bar, Report of the Professionalism Comm., hlm 7. Namun, dalam kesemua laporan tersebut, tiada sebarang cadangan mengenai strategi untuk menangani masalah peguam yang lebih mengutamakan keuntungan peribadi.

kehidupan yang mencukupi (*satisfactory living*) bagi seseorang peguam.⁴⁸

Persoalannya, mengapakah penentang publisiti begitu bersemangat dalam menafikan profesion sebagai suatu perniagaan? Pound (1953) pernah mengungkapkan bahawa seseorang peguam sewajarnya bertindak “bukan sebagai pencari upahan untuk mencari apa yang diminta oleh orang atasannya, tetapi sebagai pencari bebas untuk kebenaran buat dirinya sendiri, digesa oleh semangat perkhidmatan awam yang disemai oleh profesionnya.”⁴⁹ Lantas, bagi mereka yang mempercayai bahawa keadilan tidak boleh diperdagangkan tentunya sukar untuk mengakui bahawa akses terhadap keadilan pada hakikatnya merupakan suatu urusan menjual dan membeli. Ini kerana, keupayaan seseorang peguam adalah berbeza dari segi kepakaran dan kekompetennya, juga komitmennya terhadap sesuatu kes. Oleh itu, individu yang berkemampuan dari segi kewangan sudah tentu boleh membeli khidmat peguam tertentu yang pakar dan berpengalaman dalam bidang undang-undang yang diperlukan. Dengan kata lain, kemampuan kewangan seseorang individu membolehkannya memperoleh khidmat guaman yang berkualiti. Justeru, akses terhadap keadilan, dalam banyak hal, hakikatnya boleh dibeli.⁵⁰

Yang Arif Hakim Blackmun turut menyelar kenyataan yang mendakwa bahawa pengiklanan boleh melunturkan kepercayaan pihak awam terhadap peguam, boleh melenyapkan reputasi baik, atau mencemarkan imej golongan peguam di mata umum. Menurutnya, pihak bank, hospital dan doktor mengiklankan perkhidmatan mereka tanpa menjejaskan maruah mereka sebagai profesional.⁵¹ Malah, kajian ekstensif yang dilakukan di Amerika Syarikat telah membuktikan bahawa tidak terdapat perkaitan negatif antara pengiklanan dan perbuatan memujuk rayu dengan persepsi pihak awam terhadap peguam, sungguhpun golongan peguam sering kali bertanggungjawab bahawa tindakan membuat publisiti menjadi punca kenapa pandangan masyarakat terhadap mereka semakin merosot. Bahkan, pihak awam didapati lebih memandangi tinggi terhadap akauntan awam bertauliah berbanding peguam⁵² sungguhpun dalam kes *Edenfield v Fane*, akauntan awam bertauliah diputuskan sebagai boleh melakukan perbuatan memujuk rayu secara bersemuka.⁵³

Dalam kajian yang dijalankan di Amerika Syarikat, apabila pihak awam ditanya mengenai perkara yang tidak disukai tentang peguam, tiga penyebab utama ialah peguam dikatakan bersifat tamak, manipulatif dan korup.⁵⁴ Manakala, dalam kajian di United Kingdom, kelewatan peguam dalam mengendali dan menyelesaikan masalah klien, kurangnya komunikasi di pihak peguam, dan kegagalan memberi penjelasan tentang kos guaman merupakan tiga perkara utama yang menyebabkan pihak klien tidak berpuas hati dengan golongan peguam.⁵⁵ Ini menunjukkan bahawa publisiti bukanlah punca utama yang menyebabkan pihak awam memandang rendah terhadap peguam. Di Malaysia, rata-rata peguam yang melakukan kesalahan tatatertib bukanlah kesalahan yang berpunca daripada tindakan membuat publisiti tetapi kesalahan seperti gagal memperbaharui lesen dan sijil amalan guaman, serta menipu dan menyalahgunakan wang klien.⁵⁶

Bertentangan dengan pendapat Yang Arif Hakim Blackmun, dalam kes *Shapiro v Kentucky Bar Association*,⁵⁷ Yang Arif Hakim O'Connor pula menegaskan bahawa kesalahan membenarkan pengiklanan oleh peguam berakar umbi daripada kecacatan analogi yang menyamakan perkhidmatan profesional dengan produk pengguna yang lain. Tidak seperti pekerjaan lain, seseorang peguam bertanggungjawab untuk melembutkan sikap mementingkan diri sendiri dalam mengejar kekayaan ekonomi dengan mematuhi standard tatalaku yang tidak mungkin boleh dikuatkuasakan sama ada oleh perintah undang-undang atau disiplin pasaran. Apa sahaja manfaat ekonomi yang diperoleh dalam jangka masa pendek lantaran kelonggaran kaedah pengiklanan akan memberi kesan buruk ke atas profesion guaman dalam jangka masa panjang. Menurutnya, sekatan pengiklanan menjadi peringatan harian kepada peguam bahawa amalan guaman tidak boleh dianggap seperti suatu perniagaan atau pekerjaan lain.

Pada pandangan penulis, amalan berbentuk komersialisme tidak semestinya mendatangkan natijah yang buruk seperti mana yang digambarkan oleh golongan penentang publisiti. Ini kerana, publisiti yang berkesan amat penting dalam membawa perkhidmatan seseorang peguam

⁴⁸ Umpamanya, Mukadimah kepada *Model Rules* menyatakan bahawa ketegangan mungkin wujud antara tanggungjawab seseorang peguam terhadap kliennya, sistem perundangan, dan terhadap "... lawyer's own interest in remaining an ethical person while earning a satisfactory living." Namun, Mukadimah tidak menjelaskan apakah yang dimaksudkan dengan kehidupan yang mencukupi. *Model Rules of Professional Conduct 1983 – Preamble*.

⁴⁹ Roscoe Pound, *The Lawyer from Antiquity to Modern Times*, 1953, hlm 362.

⁵⁰ Geoffrey C. Hazard, Jr., Russell G. Pearce & Jeffrey W. Stempel, 'Why lawyers should be allowed to advertise: a market analysis of legal services' (1983) 58 *New York University Law Review* 1084, hlm 270.

⁵¹ Bates, hlm 369.

⁵² ABA Comm. on Advertising, *Lawyer Advertising at the Crossroads: Professional Policy Considerations* 149, hlm 65-66.

⁵³ [1993] 507 U.S. 761.

⁵⁴ *Public Perceptions of Lawyers Consumer Research Findings*, Section of Litigation, American Bar Association, 2002, hlm 8-10.

⁵⁵ *Sidekick Planning and Research, Consumer Views and Their Experiences on Using Solicitor Services and their Awareness of the Solicitors Regulation Authority*, Baseline research report for the Solicitors Regulation Authority, 2008, hlm 14.

⁵⁶ Kenyataan oleh Puan Nor Azida binti Azmi, *Penolong Pengarah, Lembaga Tatatertib (Komunikasi peribadi 18 Ogos 2009)*

⁵⁷ [1988] 486 U.S. 466, hlm 487-490.

kepada pengetahuan awam. Sementelah, adalah tidak wajar untuk kita menganggap seseorang peguam sebagai tidak beretika hanya kerana peguam itu menjadi pilihan awam (lantaran publisiti yang dibuatnya) dan memperoleh pendapatan lumayan hasil perkhidmatannya. Ini umpama menganggap seseorang pekerja yang membawa sedikit keuntungan adalah lebih baik daripada seseorang pekerja yang membawa banyak keuntungan kepada syarikatnya.

Mengimbas kembali pengertian 'profesionalisme' seperti yang dirungkaikan dalam *Conference of Chief Justices's National Action Plan on Lawyer Conduct and Professionalism* di Amerika Syarikat, antara lain menyebut:

Professionalism is a much broader concept than legal ethics... professionalism includes not only civility among members of the bench and bar, but also competence, integrity, respect for the rule of law, participation in pro bono and community service, and conduct by members of the legal profession that exceeds minimum ethical requirements. Ethics rules are what a lawyer must obey. Principles of professionalism are what a lawyer should live by in conducting his or her affairs. Unlike disciplinary rules that can be implemented and enforced, professionalism is a personal characteristic. The bench and the bar can create an environment in which professionalism can flourish, and these recommendations are intended to assist in that endeavor. But it is the responsibility of individual judges and lawyers to demonstrate this characteristic in the performance of their professional and personal activities.⁵⁸

Pernyataan di atas memberi peringatan bahawa nilai-nilai profesionalisme adalah sesuatu yang perlu dibina dari dalam diri setiap peguam. Jika peguam menyedari tanggungjawabnya untuk memupuk kesedaran hati nurani secara berterusan sepanjang kerjayanya, penulis percaya bahawa peguam yang membuat publisiti tidak akan sebegitu mudah mengorbankan nilai-nilai profesionalisme hanya kerana terlalu ghairah untuk memperkenalkan perkhidmatannya. Seperti mana yang disebut oleh Mahkamah Agung Amerika Syarikat dalam kes *Bates*, antara lain bahawa "... with advertising, most lawyers

will behave as they always have: They will abide by their solemn oaths to uphold the integrity and honour of their profession and of the legal system..."⁵⁹

PERSEPSI PEGUAM MALAYSIA MENGENAI KESAN PUBLISITI TERHADAP PROFESIONALISME: BUKTI EMPIRIS

LATAR BELAKANG SOAL SELIDIK

Bagi menyokong hujah teoritis di atas, penulis telah mengedarkan soal selidik bertujuan untuk meninjau persepsi peguam Malaysia mengenai kesanpublisiti terhadap profesionalisme. Persampelan rawak mudah digunakan sebagai bentuk persampelan memandangkan setiap peguam yang menjalankan amalan di seluruh Semenanjung Malaysia dan Wilayah Persekutuan Labuan, yang mana nama dan alamatnya tersenarai dalam laman sesawang Majlis Peguam,⁶⁰ mempunyai peluang atau kemungkinan yang sama rata untuk dipilih sebagai responden. Sebanyak 370 naskhah soal selidik⁶¹ telah diedarkan secara mel biasa kepada responden, yang mana saiz sampel ini dipecahkan mengikut jumlah peguam di setiap negeri. Walau bagaimanapun, penulis telah mengubah suai jumlah peguam di setiap negeri memandangkan terdapat negeri, misalnya Perlis dan Wilayah Persekutuan Labuan yang mempunyai jumlah peguam yang terlalu kecil sehingga tidak membentuk peratusan jumlah keseluruhan peguam. Sebanyak 53.5% soal selidik (n = 198) yang dihantar telah dijawab oleh responden dan dikembalikan kepada penulis.⁶² Nilai *Cronbach's alpha* (α) untuk kesemua pernyataan A hingga D yang diketengahkan dalam soal selidik ini ialah 0.85, justeru tahap kebolehpercayaan ini dikira baik.⁶³ Dapatan soal selidik ini dipersembahkan dalam bentuk deskriptif.

DATA SOSIOGRAFI RESPONDEN

Soal selidik ini membahagikan karakter sosiografi responden berdasarkan jantina, bangsa, tahap pendidikan, tempoh amalan, kaedah amalan, hak milik ke atas firma

⁵⁸ Conference of Chief Justices's National Action Plan on Lawyer Conduct and Professionalism, hlm 2.

⁵⁹ *Bates*, hlm 379. *CCJ's National Action Plan* turut menekankan kepentingan *peer-review* dan tanggungjawab semua peguam agar tidak bertoleransi terhadap tatalaku yang tidak beretika dan tidak profesional yang dilakukan oleh rakan peguam mereka. Conference of Chief Justices's National Action Plan on Lawyer Conduct and Professionalism, hlm 7.

⁶⁰ Nama dan alamat responden peguam dipilih secara rawak mudah daripada laman sesawang Majlis Peguam <http://www.malaysianbar.org.my> (13 Ogos 2009).

⁶¹ Jumlah ini dipilih berdasarkan saranan yang diketengahkan oleh Uma Sekaran, iaitu jika jumlah populasi responden ialah antara 10,000 hingga 14,999, maka saiz sampel ialah 370. Jumlah peguam yang menjalankan amalan di Semenanjung Malaysia pada masa soal selidik hendak diedarkan ialah seramai 13,406 (setakat 13 Ogos 2009). Uma Sekaran, *Research Methods for Business – A Skill Building Approach*, ed. ke-4, Singapore: John Wiley & Sons, Inc. (Asia) Pte Ltd., hlm 294.

⁶² Faedah utama apabila soal selidik diedar secara mel biasa ialah pengedarannya boleh meliputi kawasan geografi yang luas. Namun begitu, kelazimannya, peratusan maklum balas yang diterima daripada pihak responden sering kali rendah. Justeru, memperolehi maklum balas sebanyak 30% daripada jumlah saiz sampel yang terlibat dianggap boleh diterima. Uma Sekaran, *Research Methods for Business – A Skill Building Approach*, hlm 237.

⁶³ Menurut Uma Sekaran, "the closer the reliability coefficient gets to 1.0, the better. In general, reliabilities less than 0.60 are considered to be poor, those in the 0.70 range, acceptable, and those over 0.80 good." Uma Sekaran, *Research Methods for Business – A Skill Building Approach*, hlm 311.

dan lokasi firma. Jadual 1 menunjukkan data sosiografi responden yang terlibat dalam kajian ini.

JADUAL 1. Data Sosiografi Responden

	N	%
<i>Jantina</i>		
Lelaki	71	35.9
Wanita	127	64.1
Jumlah	198	100.0
<i>Bangsa</i>		
Melayu	145	73.2
Cina	34	17.2
India	14	7.1
Lain-lain	5	2.5
Jumlah	198	100.0
<i>Tahap Pendidikan</i>		
Ijazah Sarjana Muda	176	88.9
Ijazah Sarjana	16	8.1
Ijazah Doktor Falsafah	0	0
Lain-lain	6	3
Jumlah	198	100.0
<i>Tempoh Amalan</i>		
Kurang 7 tahun	76	38.4
7 – 12 tahun	43	21.7
Melebihi 12 tahun	79	39.9
Jumlah	198	100.0
<i>Kaedah Amalan</i>		
Ketuanpunyaan tunggal	18	9.1
2 – 5 rakan kongsi	142	71.7
6 – 10 rakan kongsi	30	15.2
11 – 20 rakan kongsi	2	1
21 – 30 rakan kongsi	1	0.5
Melebihi 30 rakan kongsi	5	2.5
Jumlah	198	100.0
<i>Hak Milik Terhadap Firma</i>		
Ya	85	42.9
Tidak	113	57.1
Jumlah	198	100.0
<i>Lokasi Firma</i>		
Johor	22	11.1
Kedah	13	6.6
Kelantan	14	7.1
Melaka	21	10.6
Negeri Sembilan	14	7.1
Pahang	8	4
Penang	14	7.1
Perak	4	2
Perlis	1	0.5
Selangor	25	12.6
W.P. Kuala Lumpur	62	31.3
W.P. Labuan	0	0
Jumlah	198	100.0

DAPATAN DAN ULASAN SOAL SELIDIK

Persepsi Responden Mengenai Kesan Publisiti terhadap Profesionalisme Jadual 2 menunjukkan keputusan

persepsi responden mengenai kesan publisiti terhadap aspek profesionalisme.

Keputusan memperlihatkan bahawa gabungan responden yang 'Bersetuju' dan 'Sangat Bersetuju' membentuk segmen yang lebih besar berbanding gabungan responden yang 'Tidak Bersetuju' dan 'Sangat Tidak Bersetuju' bagi keempat-empat pernyataan yang dikemukakan (Lihat Jadual 3).

Ini bermakna, sebahagian besar responden mempunyai persepsi bahawa publisiti oleh peguam atau firma guaman tidak akan merendahkan maruah profesion, tidak akan mencemarkan imej profesion pada pandangan awam, juga tidak akan menghakis kepercayaan awam terhadap profesion. Sebahagian besar responden juga berpendapat bahawa amalan guaman merupakan suatu profesion dan perniagaan. Dapatan ini mengesahkan bahawa hakikatnya peguam tempatan sememangnya menyedari akan realiti yang sedang berlaku dalam pasaran perkhidmatan guaman kini. Mereka sedar bahawa peranan dan sumbangan perkhidmatan guaman terhadap pertumbuhan ekonomi negara kini menjadi semakin penting. Pertambahan dari segi jumlah peguam, firma guaman dan pekerja dalam pasaran pula mendesak mereka untuk bersaing secara sihat. Begitu juga, peningkatan nilai output kasar firma guaman, penglibatan dalam perdagangan serantau, penggunaan teknik atau strategi yang dipinjam daripada dunia perniagaan dalam mentadbir urusan harian firma, dan premis serta kelengkapan pejabat yang mewah adalah sesuatu yang tidak dapat dielakkan dalam era globalisasi yang menuntut persaingan dari pelbagai sudut.

Komentar Tambahan oleh Responden Seramai 16 responden memberi komentar tambahan, pro dan kontra, berhubung kesan publisiti terhadap profesionalisme. Mereka berpendapat bahawa tindakan membuat publisiti oleh peguam adalah tidak wajar memandangkan profesion guaman adalah profesion yang bermaruah dan dihormati, bersifat eksklusif dan mempunyai kelasnya yang tersendiri. Ia tidak sama seperti entiti perniagaan yang lain lantaran ia merupakan suatu profesion yang berkait dengan perjuangan hak dan kepentingan awam. Lantas, golongan peguam mempunyai tanggungjawab sosial yang perlu ditunaikan terhadap pihak awam. Selain itu, perkhidmatan guaman turut melibatkan kepercayaan antara peguam dengan klien dan ia perlu dinikmati oleh klien secara profesional dan berkualiti.

Menurut mereka lagi, publisiti akan menyebabkan persaingan yang tidak sihat berlaku di kalangan peguam kerana mereka akan lebih mengutamakan keuntungan, dan ini akan menyebabkan pihak awam bertanggungjawab bahawa perkhidmatan guaman adalah perniagaan semata-mata. Lebih memburukkan keadaan lagi apabila di kalangan peguam sendiri ada yang menganggap bahawa perkhidmatan guaman ialah suatu perniagaan, maka sebab itulah berlakunya masalah *kickback* kepada pihak bank, ejen hartanah mahupun pihak ketiga. Ini menyebabkan maruah profesion guaman benar-benar tercabar. Justeru, pada pandangan mereka, memaksimum

JADUAL 2. Persepsi Responden Mengenai Kesan Publisiti terhadap Aspek Profesionalisme

Pernyataan Kajian	Sangat Tidak Bersetuju (%) / (N)	Tidak Bersetuju (%) / (N)	Tidak Pasti (%) / (N)	Bersetuju (%) / (N)	Sangat Bersetuju (%) / (N)
A. Publisiti oleh peguam dan firma guaman tidak akan merendahkan maruah profesion.	6.1/12	17.1/34	8.6/17	48/95	20.2/40
B. Publisiti mengenai perkhidmatan guaman tidak akan mencemarkan imej profesion pada pandangan pihak awam.	5.6/11	14.1/28	7.1/14	50.5/100	22.7/45
C. Publisiti mengenai perkhidmatan guaman tidak akan menghakis kepercayaan pihak awam terhadap profesion guaman.	4.5/9	11.2/22	10.1/20	53.5/106	20.7/41
D. Amalan guaman merupakan suatu profesion dan perniagaan.	4.5/9	7.1/14	2.5/5	41.9/83	44/87

JADUAL 3. Gabungan Peratusan Responden bagi Aspek Profesionalisme

Pernyataan Kajian	Gabungan responden yang 'Bersetuju' dan 'Sangat Bersetuju' (%) / (N)	Gabungan responden yang 'Tidak Bersetuju' dan 'Sangat Tidak Bersetuju' (%) / (N)
A	68.2/135	23.2/46
B	73.2/145	19.7/39
C	74.2/147	15.7/31
D	85.9/170	11.6/23

atau mementingkan keuntungan tidak wajar dijadikan motif utama, bukan sahaja dalam profesion guaman, malah dalam profesion lain juga. Bahkan, terdapat responden yang menyatakan bahawa tidak wajar bagi seseorang peguam untuk memperoleh pendapatan yang berlebihan bagi tujuan kemewahan, memadailah setakat apa yang mencukupi untuk kelangsungan hidup.

Namun begitu, terdapat juga responden yang berhujah bahawa publisiti mampu meningkatkan lagi maruah dan integriti profesion jika peguam menggunakan peluang untuk membuat publisiti dengan sebaik mungkin, dan tidak menyalahgunakannya. Malah pada pandangan mereka, publisiti mampu menyedarkan pihak awam akan kepentingan dan keperluan mendapatkan khidmat guaman. Dengan adanya kesedaran tersebut, pihak awam akan terus menggunakan khidmat guaman dan ini secara tidak langsung akan merapat dan mengukuhkan lagi hubungan

antara peguam dengan masyarakat sekeliling, sekaligus memelihara imej dan kredibiliti profesion guaman.

Niat untuk Membuat Publisiti Jadual 4 pula memaparkan keputusan mengenai niat responden untuk membuat publisiti jika kaedah-kaedah publisiti yang sedia berkuatkuasa dilonggarkan oleh Majlis Peguam.

Keputusan mendapati bahawa responden yang menjawab 'Barangkali' membentuk kumpulan terbesar, yang mana mereka berkemungkinan akan menyambut peluang untuk membuat publisiti jika kaedah-kaedah publisiti masa kini dilonggarkan. Responden yang 'Sudah Tentu' dan 'Hampir Pasti' akan berbuat demikian membentuk kumpulan kedua dan ketiga terbesar. Manakala, responden yang 'Sudah Tentu Tidak' dan yang 'Hampir Pasti Tidak' akan berbuat demikian merupakan kelompok minoriti. Dapatan ini menunjukkan bahawa sebahagian

JADUAL 4. Niat untuk Membuat Publisiti

Persoalan Kajian	Sudah Tentu Tidak (%) / (N)	Hampir Pasti Tidak (%) / (N)	Barangkali (%) / (N)	Hampir Pasti (%) / (N)	Sudah Tentu (%) / (N)
Jika kaedah-kaedah publisiti masa kini dilonggarkan (misalnya dengan membenarkan pengiklanan dan perbuatan memujuk rayu, tetapi dalam cara yang terkawal), adakah anda atau firma anda akan mengalu-alukan peluang untuk membuat publisiti atau mengiklankan perkhidmatan anda/firma?	7.1/14	6.1/12	39.9/79	13.6/27	33.3/66

besar responden berniat untuk membuat publisiti mengenai perkhidmatan mereka jika kaedah-kaedah publisiti masa kini dilonggarkan, namun pelaksanaannya mestilah dalam cara yang terkawal.

Korelasi antara 'Niat untuk Membuat Publisiti' dengan 'Persepsi Responden Mengenai Kesan Publisiti terhadap Profesionalisme Penulis turut mengkaji korelasi yang wujud antara 'niat untuk membuat publisiti' dengan 'persepsi responden mengenai kesan publisiti terhadap profesionalisme' seperti yang diketengahkan dalam pernyataan A hingga D. Tujuannya adalah untuk melihat kecenderungan pihak responden yang berniat untuk membuat publisiti dalam menyetujui pernyataan-pernyataan tersebut. Jadual 5 memaparkan keputusannya.

Keputusan mendapati bahawa 'niat untuk membuat publisiti' berkorelasi secara positif dan signifikan ($k = .391$, $p = .000$) dengan pernyataan A. Ini bermakna bahawa responden yang berniat untuk membuat publisiti berkecenderungan menyetujui bahawa publisiti oleh peguam dan firma guaman tidak akan merendahkan maruah profesion.

Keputusan turut menunjukkan bahawa 'niat untuk membuat publisiti' berkorelasi secara positif dan signifikan ($k = .336$, $p = .000$) dengan pernyataan B. Ini membawa konotasi bahawa responden yang berniat untuk membuat publisiti berkecenderungan menyetujui bahawa publisiti mengenai perkhidmatan guaman tidak akan mencemarkan imej profesion pada pandangan pihak awam.

Begitu juga, keputusan memperlihatkan bahawa 'niat untuk membuat publisiti' berkorelasi secara positif dan signifikan ($k = .330$, $p = .000$) dengan pernyataan C. Ini bermaksud bahawa responden yang berniat untuk membuat publisiti berkecenderungan menyetujui bahawa publisiti mengenai perkhidmatan guaman tidak akan mengakis kepercayaan awam terhadap profesion guaman.

Tidak ketinggalan, keputusan turut memaparkan bahawa 'niat untuk membuat publisiti' berkorelasi secara positif dan signifikan ($k = .298$, $p = .000$) dengan pernyataan D. Ini bererti bahawa responden yang berniat untuk membuat publisiti berkecenderungan menyetujui bahawa amalan guaman adalah suatu profesion dan perniagaan.

Ini bermakna, responden yang berniat untuk membuat publisiti berniat sedemikian kerana mereka cenderung berpendapat bahawa publisiti oleh peguam tidak akan membawa kesan buruk terhadap profesionalisme (dalam konteks keempat-empat pernyataan tersebut).

JADUAL 5. Korelasi antara 'Niat untuk Membuat Publisiti' dengan 'Persepsi Responden Mengenai Kesan Publisiti terhadap Profesionalisme

Pernyataan Kajian		Niat untuk membuat publisiti
A	<i>Correlation Coefficient</i>	.391(**)
	<i>Sig. (2-Tailed)</i>	.000
	<i>N</i>	198
B	<i>Correlation Coefficient</i>	.336(**)
	<i>Sig. (2-Tailed)</i>	.000
	<i>N</i>	198
C	<i>Correlation Coefficient</i>	.330(**)
	<i>Sig. (2-Tailed)</i>	.000
	<i>N</i>	198
D	<i>Correlation Coefficient</i>	.298(**)
	<i>Sig. (2-Tailed)</i>	.000
	<i>N</i>	198

**Korelasi adalah signifikan pada tahap 0.01 (2-Tailed)

KESIMPULAN

Menyimpulkan secara keseluruhan, sungguhpun kontroversi berhubung kesan publisiti oleh peguam terhadap profesionalisme akan terus diperdebat secara teoritis, untuk menjadikan isu profesionalisme ini sebagai alasan untuk menentang kaedah publisiti dilonggarkan adalah tidak wajar kerana pada pandangan penulis, dalam menggubal sesuatu polisi, perundangan mahupun peraturan, dan agar ia lebih praktikal, dapatan yang diperoleh daripada kajian empiris amat perlu diambil kira. Ini kerana, dalam konteks profesion guaman Malaysia, soal selidik yang dijalankan oleh penulis mendapati bahawa peguam tempatan tidak menentang publisitidan tidak melihat publisiti sebagai penyebab profesionalisme mereka terjejas.

Justeru, mengambil kira perkembangan semasa, sudah tiba masanya bagi Majlis Peguam untuk menyemak semula kaedah publisitinya bagi memberi lebih ruang kepada golongan peguam untuk membawa perkhidmatan mereka kepada pengetahuan umum dengan cara yang lebih berstruktur dan berkesan. Namun, kebenaran atau kelonggaran itu mestilah disertai dengan suatu kaedah kawalan yang efektif⁶⁴ bagi memastikan pihak peguam tidak menyalahgunakan peluang yang diberikan serta tidak menjadikan publisiti yang dibuat sebagai medan untuk bersaing dalam cara yang tidak sihat. Peguam yang rasional masih mempunyai rasa tanggungjawab untuk

⁶⁴ Misalnya, dengan mengwujudkan satu jawatan kuasa di peringkat Majlis Peguam yang akan dipertanggungjawabkan untuk mengawal selia dan memantau segala aktiviti membuat publisiti oleh peguam. Antara peranan yang mungkin boleh dilaksanakan oleh jawatan kuasa berkenaan adalah seperti menghendaki peguam/firma untuk memfailkan, bagi tujuan semakan, sesalinan publisiti yang dibuat kepada jawatankuasa sebelum menyebar atau menyiarkan publisiti tersebut buat kali pertama; menyemak dan menasihatkan peguam/firma tentang sama ada salinan publisiti yang difailkan itu mematuhi atau memenuhi segala keperluan kaedah-kaedah publisiti, seterusnya mengarahkan peguam/firma untuk mengubah atau mengubah suai publisiti berkenaan sebelum menyebar atau menyiarkannya; dan mengenakan tindakan tatatertib terhadap peguam yang gagal mematuhi kaedah-kaedah publisiti.

mematuhi etika profesional serta menghidupkan semangat perkhidmatan awam di dalam hati nurani mereka.⁶⁵

Oleh itu, menjadi suatu cabaran di pihak profesion untuk memastikan bahawa perubahan yang berlaku tidak akan meranapkan nilai-nilai profesionalisme secara total. Memetik ungkapan menarik salah seorang responden dalam soal selidik yang dijalankan:

Publicity is an ongoing process and we need to keep up with other jurisdictions. Bar Council must constantly update the rules. We must not put our legal profession in a disadvantage position as compared to other jurisdictions that have embraced more liberal publicity rules. But at the same time, we must balance this moderation with our ethics and the fact that the legal profession is a professional practice and not a mere business. This is a challenge for us in the profession.

REFERENCES

- Abdul Aziz Abdul Rahman. 2010. Tan Sri Abdul Aziz Abdul Rahman speaks: lawyers' advertising rules. 27 Ogos. <http://www.mmail.com.my/content/47702-lawyers-advertising-rules> [19 Oktober 2010].
- Akta Profesion Undang-Undang 1976
- American Bar Association Commission on Advertising. 1995. *Lawyer Advertising at the Crossroads: Professional Policy Considerations 149*.
- American Bar Association Commission on Professionalism. 1986. *Teaching and Learning Professionalism*.
- American Bar Association Model Rules of Professional Conduct 1983
- American Bar Association Sec. Legal Educ. and Admissions to the Bar. 1996. *Report of the Professionalism Comm.*
- American Bar Association Section of Litigation. 2002. *Public Perceptions of Lawyers Consumer Research Findings*.
- An Educational Continuum. 1992. *Report of the Task Force on Law Schools and the Profession: Narrowing the Gap*. ABA Sec. Legal Education and Admissions to the Bar, Legal Education and Professional Development.
- Bates and O'Sheen v State Bar of Arizona. 1977. 433 U.S. 350
- Chief Justices' Commission on Professionalism to the Supreme Court of Georgia. 1997.
- Conference of Chief Justices's National Action Plan on Lawyer Conduct and Professionalism. 1999.
- Council of Australian Governments Committee on Regulatory Reform. 1999. *Guidelines for the Review of Regulation of the Professions Under National Competition policy*. <http://www.appliedeconomics.com.au/pubs/reports/coag.htm> [23 June 2006].
- Edenfield v Fane. 1993. 507 U.S. 761
- Hamilton, N. 2008. Professionalism clearly defined. *The Professional Lawyer* 18(4): 1 - 46. http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1015396 [10 Jun 2010].
- Harlina Mohamed On & Rohimi Shapiee. 2009. Peraturan publisiti dalam profesion guaman: justifikasi ke arah penilaian semula. *Jurnal Undang-undang* 13: 96 - 114.
- Hazard Jr., G.C., Pearce, R.G. & Stempel, J.W. 1983. Why lawyers should be allowed to advertise: a market analysis of legal services. *New York University Law Review* 58: 262-283.
- Jabatan Perangkaan Malaysia. 2006. *Banci Perkhidmatan Profesional (Sektor Swasta) 2004*: 29. Putrajaya: Jabatan Perangkaan Malaysia
- Kaedah-Kaedah Arkitek 1996
- Kaedah-Kaedah Profesion Undang-Undang (Amalan dan Kesopanan) 1978.
- Kaedah-Kaedah Profesion Undang-Undang (Publisiti) 2001.
- Kamus Inggeris – Melayu Dewan. 1992. *Dewan Bahasa dan Pustaka*. Kuala Lumpur: Kementerian Pendidikan Malaysia.
- Kementerian Perdagangan Antarabangsa dan Industri. 2006. *Pelan Induk Perindustrian Ketiga (IMP3) 2006 – 2020*.
- Kronman, A. 2000. The law as a profession. Dlm. Deborah Rhode, *Ethics in Practice*, hlm. 38. Oxford: Oxford University Press.
- Law Society of New South Wales v Harvey. 1976. 2 NSWLR 154
- Lebovits, G. 2006. Professionalism in the legal profession. *Richmond County Bar Journal* Summer: 8-14.
- Mashburn, A. R. 1994. Professionalism as class ideology: civility codes and bar hierarchy. *Val. U.L. Rev.* 28: 657.
- MIA By-Laws (On Professional Conduct and Ethics) (Revised January 2002)
- Nelson, R.L. 1981. Practice and privilege: social change and the structure of large law firms. *Law & Social Inquiry* 6(1): 97-140.
- Organization for Economic Cooperation and Development. 2002. *Competition in Professional Services*. <http://www.oecd.org/dataoecd/35/4/1920231.pdf> [10 Julai 2006].
- Peraturan-Peraturan Pendaftaran Jurutera 1990
- Powell, B.V. 1994. Lawyer professionalism as ordinary morality. *Texas Law Review* 35: 275-278.
- Pound, R. 1953. *The Lawyer from Antiquity to Modern Times*. New York: West Pub. Co.
- Rhodes, D. 2001. Opening remarks: professionalism. *S.C.L. Rev.* 52: 458-459.
- Rotunda, R. D. 1987. Lawyers and professionalism: a commentary on the report of the American Bar Association Commission on professionalism. *Loyola U. Chi. Law Journal* 18: 1150.
- Sekaran, U. 2003. *Research Methods for Business – A Skill Building Approach*. Edisi ke-4. Singapore: John Wiley & Sons, Inc. (Asia) Pte Ltd.
- Sidekick Planning and Research. 2008. *Consumer views and their experiences on using solicitor services and their awareness of the Solicitors Regulation Authority*. Baseline research report for the Solicitors Regulation Authority.
- Shapero v Kentucky Bar Association. 1988. 486 U.S. 466
- Spigelman, A.C. 2002. Are lawyers lemon? competition principles and professional regulation. The 2002 Lawyer's Lecture. New South Wales. http://www.lawlink.nsw.gov.au/lawlink/supreme_court/ll_sc.nsf/pages/SCO_speech_spigelman_291002 [18 September 2008].

⁶⁵ Walaupun mungkin ada di kalangan peguam sendiri yang mengakui kebenaran kata-kata Anthony Kronman yang antara lain menyatakan bahawa peguam hari ini "are less public spirited and connected to their past and more specialized and alienated from their work than they were a quarter century ago." A. Kronman, *The law as a profession*, dalam D. Rhode, *Ethics in Practice*, Oxford, OUP, 2000, hlm 38.

Terrell, T. & Wildman, J. 1992. Rethinking professionalism. *Emory L. J.* 41: 403-406.
The Maryland Judicial Task Force on Professionalism. 2003. *Report and Recommendations*.
Zacharias, F. 1995. Reconciling professionalism and client interests. *WM. & Mary L. Rev.* 36: 1303-1307.

Harlina Mohamed On
Pusat Pengajian Perakaunan
Fakulti Ekonomi dan Pengurusan
Universiti Kebangsaan Malaysia
43600 UKM Bangi Selangor
harlina@ukm.my

*Corresponding author; email: harlina@ukm.my