

Pelanggaran Terhadap Kode Etik Notaris Dalam Bentuk Personal Branding

Indah Soleha Ahmad¹, Rahmatul Hidayati², Isdiyana Kusuma Ayu³

^{1,2,3}Fakultas Pascasarjana, Universitas Islam Malang

Corresponding Author's: 22402022028@unisma.ac.id, rahmatulhidayati@unisma.ac.id, isdiyana@unisma.ac.id



e-ISSN: 2964-0962

SEIKAT: Jurnal Ilmu Sosial, Politik dan Hukum

<https://ejournal.45mataram.ac.id/index.php/seikat>

Vol. 5, No. 2, Februari 2026

Page: 60-69

Available at:

<https://ejournal.45mataram.ac.id/index.php/seikat/article/view/1972>

DOI:

<https://doi.org/10.55681/seikat.v5i2.1972>

Article History:

Received: 05-02-2026

Revised: 10-03-2026

Accepted: 20-04-2026

Abstract : Penelitian ini bertujuan untuk: (1) menganalisis batasan-batasan personal branding yang diatur dalam peraturan jabatan dan etika profesi notaris, dan (2) menganalisis dan menjelaskan akibat hukum yang timbul bagi notaris apabila melanggar ketentuan peraturan jabatan dan etika profesi notaris terkait bentuk personal branding. Penelitian ini menggunakan metode hukum normatif dengan pendekatan perundang-undangan (statute approach) dan pendekatan konseptual (conceptual approach). Sumber bahan hukum meliputi bahan hukum primer, sekunder, dan tersier yang diperoleh melalui studi kepustakaan terkait Undang-Undang Jabatan Notaris (UUJN) dan Kode Etik Notaris (KEN). Analisis dilakukan secara deskriptif-preskriptif untuk mengkaji praktik personal branding notaris dalam perspektif hukum dan etika profesi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa personal branding notaris diperbolehkan jika bersifat edukatif dan informatif, seperti penyuluhan hukum, publikasi ilmiah, dan seminar. Kegiatan tersebut tidak boleh mengandung promosi diri, ajakan penggunaan jasa, atau merendahkan rekan sejawat, sebagaimana diatur dalam Pasal 16 ayat (1) huruf a dan e UUJN serta Pasal 4 ayat (3) Kode Etik Notaris. Dengan demikian, personal branding harus menjadi sarana membangun kepercayaan publik, bukan untuk kepentingan komersial pribadi. Hasil analisis menunjukkan bahwa personal branding notaris harus sesuai dengan prinsip hukum dan etika profesi dalam UUJN dan Kode Etik Notaris. Notaris hanya diperbolehkan melakukan personal branding yang bersifat edukatif dan informatif, bukan komersial, sebagaimana dibatasi dalam Pasal 4 ayat (3) Kode Etik Notaris. Pelanggaran dapat dikenai sanksi administratif berdasarkan Pasal 85 UUJN dan sanksi etika menurut Pasal 6 Kode Etik Notaris, sehingga harus dilakukan secara profesional untuk menjaga martabat jabatan.

Kata Kunci : Pelanggaran, Kode Etik, Notaris, Personal Branding.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi di era digital saat ini telah membawa transformasi besar yang memengaruhi hampir seluruh aspek kehidupan, termasuk bidang hukum (Mita Muliawati et al., 2024). Masyarakat modern menuntut layanan hukum yang lebih maju, terorganisir, serta mampu memberikan kepastian dan kepuasan, sehingga notaris sebagai pejabat publik memiliki peran strategis dalam menjamin kepastian hukum (Armanda, 2024; Borman, 2019). Seiring perkembangan teknologi internet, notaris mulai memanfaatkan media sosial sebagai sarana komunikasi dan penyampaian informasi hukum kepada masyarakat. Meskipun dijamin oleh Pasal 28E ayat (3) UUD 1945, kebebasan berpendapat tersebut tetap dibatasi oleh Undang-Undang Jabatan Notaris dan Kode Etik Notaris.

Pada pasal 15 ayat (2) huruf e Undang-Undang Jabatan Notaris memberikan kewenangan kepada notaris untuk melakukan penyuluhan hukum kepada masyarakat. Namun, Kode Etik Notaris dalam Pasal 4 ayat (3) melarang promosi diri, sehingga personal branding hanya

diperbolehkan dalam bentuk edukasi yang bersifat umum dan nonkomersial. Perkembangan media sosial seperti Facebook, Instagram, dan TikTok dimanfaatkan notaris untuk memperluas jaringan dan menjangkau masyarakat secara lebih luas (Gunadi, 2023). Hal ini didukung oleh meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap jasa notaris, khususnya dalam pembuatan akta autentik sebagaimana diatur dalam Pasal 1868 KUHPerdara (Salim, 2016).

Di era digital, personal branding menjadi strategi penting dalam membangun citra profesional dan meningkatkan kepercayaan masyarakat (Nurini Aprliana et al., 2025). Namun, praktik tersebut harus tetap mematuhi kode etik karena masih ditemukan pelanggaran berupa promosi diri yang tidak sesuai dengan ketentuan (Tri Novianti et al., 2025). Notaris dalam menjalankan profesinya diatur oleh kode etik yang berfungsi sebagai pedoman perilaku dan standar profesional (Imanda et al., 2020). Kode etik tersebut bertujuan menjaga kehormatan profesi serta meningkatkan kualitas pelayanan hukum bagi masyarakat (Indra Yuliawan et al., 2024).

Dalam pembentukan citra profesional notaris memerlukan pengelolaan reputasi yang sesuai dengan prinsip imparcialitas, kerahasiaan, dan integritas. Oleh karena itu, kegiatan personal branding harus dibatasi agar tidak mengganggu netralitas dan martabat jabatan notaris (Djurmardin et al., 2023). Fenomena saat ini menunjukkan adanya notaris yang mencantumkan identitas jabatan di media sosial sehingga berpotensi melanggar Kode Etik Notaris. Praktik tersebut dapat dianggap sebagai bentuk promosi diri yang mendorong persaingan antar notaris (Aminah et al., 2025). Personal branding merupakan strategi dalam membangun citra dan reputasi profesional di hadapan publik. Dalam konteks notaris, pelaksanaannya harus tetap selaras dengan peraturan jabatan dan kode etik profesi agar tidak melanggar norma hukum.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa promosi diri notaris melalui media elektronik berpotensi melanggar kode etik apabila mengandung unsur komersial (Putri Arina Herawati, 2023). Selain itu, penggunaan media sosial sebagai promosi tidak langsung masih berada dalam area abu-abu yang memerlukan penafsiran lebih lanjut (Nur Rafiq Sukri, 2021). Penelitian lain menegaskan bahwa larangan promosi diri melalui internet bertujuan menjaga kehormatan profesi notaris. Oleh karena itu, setiap pelanggaran terhadap ketentuan tersebut harus disertai dengan pertanggungjawaban hukum dan etika (Anita Putri Herawati, 2019).

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini penting untuk menganalisis batasan personal branding notaris berdasarkan peraturan jabatan dan kode etik profesi. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan mengkaji akibat hukum yang timbul apabila terjadi pelanggaran, sehingga dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu hukum kenotariatan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian hukum normatif (doktrinal) yang bertujuan menemukan aturan dan prinsip hukum dalam menyelesaikan isu yang dikaji. Fokus penelitian terletak pada analisis peraturan perundang-undangan sebagai sumber utama dengan permasalahan hukum sebagai objek kajian (Hadjon, 2020). Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) untuk mengkaji norma hukum positif terkait personal branding notaris di media sosial. Analisis dilakukan melalui identifikasi dan interpretasi peraturan guna menilai keselarasan dan kecukupan pengaturan hukum (Achmad Yulianto, 2017). Pendekatan konseptual (*conceptual approach*) digunakan untuk memperkuat analisis normatif melalui landasan teoritis. Pendekatan ini berfokus pada konsep kepastian hukum, etika profesi, dan tanggung jawab dalam konteks personal branding notaris (Marzuki, 2019).

Sumber bahan hukum terdiri atas bahan hukum primer, sekunder, dan tersier. Bahan hukum primer meliputi peraturan perundang-undangan, sedangkan bahan sekunder dan tersier mencakup literatur ilmiah sebagai pendukung analisis (Mamudli & Soekanto, 2015). Teknik pengumpulan bahan hukum dilakukan melalui studi pustaka dan studi dokumen. Metode ini bertujuan memperoleh sumber hukum yang valid dan relevan sebagai dasar analisis penelitian (Ali Zainuddin, 2016). Teknik analisis bahan hukum menggunakan pendekatan deskriptif dan preskriptif. Pendekatan ini digunakan untuk menggambarkan bahan hukum secara sistematis serta merumuskan rekomendasi normatif yang seharusnya dilakukan..

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Oleh karena itu, Batasan-batasan *Personal Branding* yang diatur dalam perturan jabatan dan etika profesi notaris.

Praktik personal branding notaris sering dipandang sebagai bentuk modernisasi profesi, namun berpotensi menimbulkan pelanggaran moral dan hukum apabila mengarah pada promosi jasa. Oleh karena itu, personal branding harus bersifat edukatif dan informatif agar tidak bertentangan dengan prinsip kehati-hatian serta etika profesi notaris (Alvi et al., 2025). Notaris wajib berpegang pada Kode Etik Notaris karena menjadi dasar menjaga kehormatan dan profesionalisme jabatan. Ketentuan UUJN, khususnya Pasal 16 ayat (1) huruf a dan e, menegaskan kewajiban notaris untuk bersikap jujur, mandiri, serta menjaga kerahasiaan akta sebagai bentuk tanggung jawab hukum dan etis (Suhrawardi, 2022).

Pasal 15 ayat (2) huruf e UUJN memberikan kewenangan kepada notaris untuk melakukan penyuluhan hukum yang dapat menjadi dasar personal branding secara normatif. Namun, aktivitas tersebut harus bersifat edukatif, objektif, dan tidak mengarah pada promosi jasa agar tetap sesuai dengan fungsi jabatan notaris. Indikator personal branding meliputi identifikasi diri, positioning, pengelolaan reputasi, dan konsistensi citra profesional. Keempat indikator ini berfungsimembentuk persepsi publik yang kredibel dan menjaga kepercayaan masyarakat terhadap notaris di ruang digital (Santosa et al., 2025).

Pasal 4 ayat (3) Kode Etik Notaris secara tegas melarang promosi diri dalam bentuk iklan, ucapan, pemasaran, maupun sponsorship. Sementara itu, Pasal 5 memberikan pengecualian terbatas yang tetap tidak boleh mengandung unsur komersialisasi jabatan. Larangan tersebut menegaskan bahwa notaris hanya diperbolehkan menyampaikan informasi faktual seperti identitas, alamat, dan jam kerja. Penggunaan media sosial tetap diperbolehkan selama tidak mengandung ajakan atau promosi jasa secara langsung maupun tidak langsung.

Dengan demikian, personal branding notaris harus diwujudkan melalui perilaku profesional, integritas, dan pelaksanaan jabatan sesuai UUJN dan Kode Etik Notaris. Ketentuan tersebut menegaskan bahwa citra profesional dibangun melalui kepercayaan publik, bukan melalui promosi diri (Blillie Farrel et al., 2025). Berbagai literatur ilmiah menunjukkan bahwa personal branding notaris dibatasi secara ketat oleh hukum dan etika profesi. Penelitian tersebut menegaskan bahwa promosi diri dilarang, sedangkan kegiatan edukatif diperbolehkan sepanjang tidak bersifat komersial.

Referensi lain juga menunjukkan bahwa publikasi di media sosial dapat melanggar Pasal 4 ayat (3) Kode Etik Notaris apabila bersifat promosi. Oleh karena itu, penggunaan platform digital harus tetap berada dalam koridor etika profesi (Akhmad, 2026). Penelitian perbandingan menunjukkan bahwa Indonesia memiliki batasan etis yang ketat terhadap promosi notaris dibandingkan negara lain. Hal ini digunakan sebagai dasar untuk membedakan antara konten edukatif dan konten promosi yang dilarang. Kode etik notaris berfungsi menjaga kehormatan dan martabat jabatan melalui pengaturan perilaku profesional. Oleh karena itu, batasan personal branding diperlukan untuk memastikan integritas profesi tetap terjaga (Kristiawan, 2022).

Penelitian terkait media sosial menunjukkan bahwa promosi notaris di platform digital seperti TikTok dapat dikenai sanksi etika (Tiffany, 2022). Hal ini menegaskan bahwa ruang digital tetap tunduk pada ketentuan Kode Etik Notaris. UUJN dan Kode Etik Notaris menjadi dasar hukum utama dalam mengatur batasan personal branding notaris. Kedua instrumen ini berfungsi menjaga profesionalisme, netralitas, dan kehormatan jabatan notaris. Berdasarkan berbagai referensi, personal branding notaris hanya diperbolehkan dalam bentuk edukasi hukum tanpa

unsur promosi. Aktivitas seperti penyuluhan hukum dan publikasi ilmiah dapat digunakan untuk membangun citra profesional secara etis.

Pasal 15 ayat (2) huruf e UUJN menegaskan kewenangan notaris dalam memberikan penyuluhan hukum kepada masyarakat. Ketentuan ini menjadi dasar bahwa notaris dapat membangun citra profesional melalui edukasi hukum secara objektif dan netral. Dalam praktiknya, penyuluhan hukum dapat dilakukan melalui seminar, media sosial, atau publikasi ilmiah selama tidak mengandung ajakan penggunaan jasa. Kegiatan tersebut harus tetap berada dalam koridor profesional dan tidak berubah menjadi promosi diri. Namun, apabila penyuluhan hukum digunakan untuk menarik klien atau menonjolkan keunggulan pribadi, maka hal tersebut melanggar Kode Etik Notaris. Oleh karena itu, Pasal 15 ayat (2) huruf e UUJN harus dibatasi oleh ketentuan etika agar tidak bergeser menjadi komersialisasi jabatan.

Dengan adanya penjelasan di atas, dapat disusun klasifikasi dalam bentuk tabel mengenai bentuk personal branding notaris yang diperbolehkan dan yang dilarang di media sosial. Klasifikasi ini didasarkan pada ketentuan Pasal 15 ayat (2) huruf e UUJN serta Pasal 3 ayat (3) dan Pasal 4 ayat (3) Kode Etik Notaris yang menekankan prinsip kehormatan, martabat, dan larangan promosi diri.

Tabel 2. Batasan-Batasan Dalam Melakukan *Personal Branding*.

Kategori	Bentuk atau Isi Pembahasan di Media Sosial	Keterangan / Tujuan	Status Etis (Diperbolehkan/ Dilarang)
1. Edukasi Hukum	Menyampaikan informasi umum mengenai hukum perdata, kenotariatan, atau prosedur pembuatan akta.	Meningkatkan literasi hukum masyarakat tanpa mengarahkan pada jasa pribadi.	✓ Diperbolehkan Selama bersifat informasi dan tidak mengandung ajakan.
2. Penyuluhan dan Seminar	Membagikan kegiatan penyuluhan hukum, pelatihan, atau seminar ilmiah yang diikuti/dilaksanakan oleh notaris.	Membangun citra profesional dan kontribusi terhadap pengembangan ilmu.	✓ Diperbolehkan Mencerminkan dedikasi terhadap profesi dan pendidikan hukum.
3. Prestasi Akademik / Ilmiah	Membagikan hasil penelitian, publikasi, atau penghargaan ilmiah terkait bidang hukum atau kenotariatan.	Meningkatkan kredibilitas profesional tanpa menonjolkan diri secara komersial.	✓ Diperbolehkan Selama disampaikan dengan bahasa profesional dan tidak berlebihan.
4. Pengumuman Kantor	Menampilkan alamat kantor, jam kerja, dan kontak resmi dalam bentuk informasi faktual.	Sebagai bentuk transparansi informasi publik.	✓ Diperbolehkan Sesuai batas yang diatur dalam Kode Etik.
5. Promosi Jasa Atau Testimoni Klien	Mengunggah konten yang mengajak masyarakat menggunakan jasanya atau menampilkan kepuasan klien.	Bertujuan menarik penggunaan jasa.	✗ Dilarang Melanggar Pasal 4 ayat (3) Kode Etik Notaris
6. Perbandingan	Membandingkan kualitas layanan atau memberikan	Mengandung unsur kompetisi dan	✗ Dilarang Bertentangan dengan prinsip

dengan notaris lain	komentar negatif terhadap rekan sejawat.	merendahkan profesi.	kehormatan profesi.
7. Konten Personal / Gaya Hidup	Mengunggah hal-hal pribadi seperti kemewahan, kekayaan, atau kehidupan sosial yang berlebihan.	Dapat menurunkan jabatan dan menimbulkan persepsi negatif publik.	⚠ Tidak Disarankan Meski tidak diatur secara eksplisit, berpotensi mencederai martabat jabatan.
8. Kolaborasi dengan Media atau Influencer	Mengikuti podcast, wawancara, atau konten publik yang membahas profesi hukum.	Dapat menjadi sarana edukasi publik jika dilakukan secara profesional.	✓ Diperbolehkan jika fokus pada edukasi, bukan promosi diri.

Sumber : Bahan Hukum Sekunder di Olah.

Melalui tabel tersebut, dapat dipahami bahwa Personal branding notaris yang diperbolehkan bersifat edukatif dan informatif, seperti penyuluhan hukum atau publikasi ilmiah. Sebaliknya, konten promosi, testimoni klien, atau penonjolan diri secara berlebihan dilarang karena dapat merendahkan martabat jabatan. Personal branding pada dasarnya dapat diterima sepanjang bertujuan membangun reputasi profesional melalui integritas dan kualitas jabatan. Namun, apabila mengandung unsur komersialisasi, maka dapat dikategorikan sebagai pelanggaran etika dan dikenai sanksi sesuai UUJN dan Kode Etik Notaris.

Ketentuan Pasal 3 ayat (9) Kode Etik Notaris mengatur kewajiban pemasangan papan nama sebagai identitas resmi kantor yang bersifat formal dan informatif. Pengaturan ini bertujuan memberikan kepastian hukum kepada masyarakat dan tidak boleh digunakan sebagai sarana promosi (Rivanda et al., 2021). Dalam praktiknya, personal branding dapat bergeser menjadi promosi diri ketika notaris menonjolkan keunggulan pribadi atau menggunakan testimoni. Kondisi ini menunjukkan batas tipis antara edukasi dan komersialisasi yang berpotensi menimbulkan pelanggaran etika profesi.

Adapun Tabel berikut menyajikan uraian mengenai perbedaan dan kesamaan antara *personal branding* dan promosi diri dalam profesi notaris, yang disusun berdasarkan ketentuan Kode Etik Notaris serta prinsip-prinsip etika profesi hukum yang berlaku di Indonesia:

Tabel 3. Perbedaan dan persamaan *personal branding* dan promosi diri.

Aspek	Personal Branding Notaris	Promosi Diri Notaris	Persamaan
Tujuan Utama	Membangun citra profesional yang mencerminkan integritas, kejujuran, dan kepercayaan publik.	Menarik perhatian masyarakat untuk menggunakan jasa notaris tertentu.	Keduanya bertujuan membentuk persepsi publik terhadap notaris.
Orientasi	Non-Komersial-berfokus pada reputasi dan profesionalitas.	Komersial-berorientasi pada peningkatan jumlah klien dan keuntungan.	Sama-sama berhubungan dengan cara notaris menampilkan diri kepada publik.
Dasar Etika	Sesuai dengan Pasal 3 ayat (3)	Melanggar etika profesi karena	Keduanya melibatkan komunikasi dan

	Kode Etik Notaris, yang menekankan kehormatan dan wibawa jabatan.	bertentangan dengan larangan melakukan publikasi atau promosi bersifat ajakan.	penyampaian informasi ke masyarakat.
Bentuk Aktivitas	Dapat berupa penampilan profesional, perilaku etis, serta partisipasi dalam kegiatan ilmiah atau sosial yang relevan.	Menggunakan iklan, media sosial, testimoni, atau konten persuasi untuk menarik klien.	Keduanya menggunakan media publik sebagai sarana penyampaian citra diri.
Ciri Utama	Informasi bersifat objektif dan faktual (Nama, Gelar, Alamat, Jam Kerja).	Informasi bersifat subjektif dan mengandung unsur ajakan atau promosi.	Sama-sama berkaitan dengan penyampaian citra notaris ke publik.
Dampak terhadap Profesi	Meningkatkan kepercayaan masyarakat dan menjaga martabat profesi.	Menurunkan kehormatan jabatan dan menciptakan kompetisi tidak sehat antara notaris.	Keduanya memengaruhi persepsi publik terhadap profesi notaris.
Kesesuaian dengan Etika Profesi	Diperbolehkan selama tetap dalam koridor kehormatan, kepatuhan, dan netralitas.	Dilarang karena bertentangan dengan ketentuan Pasal 4 ayat (3) Kode Etik Notaris.	Sama-sama membutuhkan pengendalian diri dalam penerapan di ruang publik.

Sumber : Bahan Hukum Sekunder di Olah.

Personal branding notaris diperbolehkan sepanjang bertujuan membangun reputasi profesional dan kepercayaan publik melalui perilaku etis dan kinerja yang baik. Sebaliknya, promosi diri dilarang karena mengandung unsur komersialisasi jabatan dan berpotensi merendahkan martabat serta integritas profesi.

2. Akibat Hukum Jika Notaris Melanggar Ketentuan Peraturan Jabatan dan Etika Profesi Notaris.

a. Majelis Pengawas Notaris (MPN)

Majelis Pengawas Notaris (MPN) merupakan lembaga yang dibentuk berdasarkan UUJN untuk melakukan pembinaan dan pengawasan terhadap notaris. Pengawasan dilakukan secara berjenjang melalui MPD, MPW, dan MPP guna memastikan kepatuhan terhadap ketentuan hukum dan kode etik, termasuk dalam praktik personal branding.

b. Majelis Pengawas Daerah (MPD)

MPD berwenang menerima laporan masyarakat, melakukan pemeriksaan awal, serta meminta klarifikasi terhadap notaris yang diduga melanggar. Dalam pelanggaran ringan terkait personal branding, MPD dapat memberikan teguran dan meneruskan perkara ke MPW apabila diperlukan.

c. Majelis Pengawas Wilayah (MPW)

MPW bertugas melakukan pemeriksaan lanjutan dan menjatuhkan sanksi administratif seperti peringatan tertulis atau rekomendasi pemberhentian sementara. Pelanggaran personal branding yang berulang atau berdampak pada citra profesi menjadi kewenangan MPW sebelum dilimpahkan ke MPP.

d. Majelis Pengawas Pusat (MPP)

MPP merupakan lembaga tertinggi yang berwenang memutuskan sanksi berat terhadap notaris. Dalam pelanggaran serius, seperti promosi komersial berulang, MPP dapat merekomendasikan pemberhentian sementara atau tidak hormat (Alvi et al., 2025).

e. Ikatan Notaris Indonesia (INI)

Ikatan Notaris Indonesia (INI) berperan dalam menegakkan Kode Etik Notaris melalui pemberian sanksi etis. Sanksi tersebut meliputi teguran hingga pemberhentian keanggotaan guna menjaga kehormatan profesi.

f. Contoh Kasus Personal Branding Notaris

Kasus pencantuman promosi atau identitas jabatan di media sosial menunjukkan praktik personal branding yang berlebihan. Tindakan tersebut bertentangan dengan prinsip *nobile officium* dan dapat dikenai sanksi administratif sesuai UUJN dan Kode Etik Notaris.

g. Dasar Sanksi Pelanggaran Personal Branding

Pelanggaran personal branding dikenai sanksi berjenjang sesuai tingkat kesalahan berdasarkan UUJN dan Kode Etik Notaris. Sanksi tersebut bertujuan menjaga integritas, netralitas, dan martabat jabatan notaris.

Berdasarkan tabel berikut, dapat disimpulkan bahwa setiap jenis pelanggaran yang dilakukan oleh notaris dapat teguran dari pihak-pihak tertentu, sesuai dengan kategori dan tingkat pelanggaran yang terjadi:

Tabel 4. Majelis Pengawas Notaris

Jenis Pelanggaran	Pihak yang Menegur	Dasar Hukum	Jenis Sanksi
Pelanggaran terhadap Undang-Undang Notaris (Tugas Jabatan, Wewenang)	Majelis Pengawas Notaris (MPD/MPW/MPP)	Pasal 85 Undang-Undang Jabatan Notaris (UUJN)	Teguran sampai dengan Pemberhentian
Pelanggaran terhadap Kode Etik (Personal Branding, Promosi, Jabatan)	Organisasi Ikatan Notaris Indonesia (INI)	Pasal 6 Kode Etik Notaris	Teguran sampai dengan Pemberhentian Keanggotaan

Sumber: Bahan Hukum Sekunder di Olah.

h. Kewenangan Pengawasan dan Pemeriksaan

MPN berwenang melakukan pengawasan dan pemeriksaan terhadap dugaan pelanggaran notaris, termasuk dalam praktik personal branding. MPD sebagai tingkat awal berperan menerima laporan, melakukan klarifikasi, serta mengumpulkan bukti awal.

i. Kewenangan Penjatuhan Sanksi Administratif

MPN memiliki kewenangan menjatuhkan sanksi administratif terhadap notaris yang melanggar UUJN. Sanksi diberikan secara bertahap, mulai dari teguran hingga usulan pemberhentian, sesuai tingkat pelanggaran.

j. Kewenangan Pembinaan dan Pencegahan

MPN juga memiliki kewenangan pembinaan untuk mencegah terjadinya pelanggaran berulang. Pembinaan dilakukan melalui arahan dan evaluasi guna membedakan personal branding yang wajar dengan promosi yang melanggar etika.

k. Keterkaitan MPN dengan INI

MPN dan Ikatan Notaris Indonesia (INI) memiliki kewenangan yang berbeda namun saling melengkapi. MPN menangani aspek administratif jabatan, sedangkan INI berfokus pada penegakan kode etik profesi.

l. Kewenangan Dewan Kehormatan Daerah (DKD)

DKD merupakan lembaga tingkat pertama dalam penegakan kode etik notaris di daerah. DKD berwenang menerima laporan, memeriksa pelanggaran, serta menjatuhkan sanksi ringan.

m. Kewenangan Dewan Kehormatan Wilayah (DKW)

DKW bertugas menangani banding dan pelanggaran kode etik yang lebih serius di tingkat wilayah. Lembaga ini dapat menjatuhkan sanksi berupa peringatan keras atau skorsing.

n. Kewenangan Dewan Kehormatan Pusat (DKP)

DKP merupakan lembaga tertinggi dalam penegakan kode etik notaris secara nasional. DKP berwenang memutus perkara akhir serta menjatuhkan sanksi berat berupa pemberhentian tetap dari keanggotaan INI.

o. Sinergi MPN dan INI dalam Personal Branding

Pelanggaran personal branding dapat ditindak oleh MPN dan INI sesuai kewenangan masing-masing. Sinergi kedua lembaga ini bertujuan menjaga integritas dan profesionalisme notaris.

p. Tanggung Jawab Profesi Notaris

Notaris dituntut memiliki integritas dan profesionalisme dalam menjalankan jabatannya sebagai pejabat publik. Selain itu, notaris harus mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi tanpa mengabaikan norma hukum dan etika profesi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Griya Berdasarkan penelitian pelanggaran terhadap kode etik notaris dalam bentuk personal branding dapat disimpulkan bahwa, Personal branding bagi notaris memiliki batasan yang jelas. Hal ini harus dijalankan sesuai prinsip hukum dan etika profesi. Ketentuan tersebut diatur dalam Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2014 tentang Jabatan Notaris. Selain itu, diatur juga dalam Kode Etik Notaris oleh Ikatan Notaris Indonesia. Pada dasarnya, notaris diperbolehkan melakukan personal branding. Namun, harus bersifat edukatif dan informatif. Personal branding tidak boleh bersifat komersial. UUJN dan Kode Etik Notaris melarang promosi diri. Notaris juga dilarang mengajak penggunaan jasa. Selain itu, tidak boleh menonjolkan keunggulan pribadi. Larangan tersebut diatur dalam Pasal 4 ayat (3) Kode Etik Notaris. Bentuk larangan meliputi iklan dan ucapan tertentu di media. Termasuk ucapan selamat, belasungkawa, dan kegiatan sponsor. Personal branding yang diperbolehkan dilakukan melalui kegiatan edukatif. Misalnya penyuluhan hukum, seminar, dan publikasi ilmiah.

Apabila notaris melanggar ketentuan jabatan dan kode etik dalam personal branding, maka dapat dikenai sanksi administratif dan etika profesi. Berdasarkan Pasal 85 UUJN, sanksi administratif meliputi teguran. Selain itu, dapat dijatuhi pemberhentian sementara. Bahkan,

dapat berujung pada pemberhentian dengan tidak hormat. Sementara itu, Pasal 6 Kode Etik Notaris mengatur sanksi etika secara bertingkat. Sanksi tersebut dimulai dari teguran hingga peringatan keras. Selanjutnya, dapat dikenai schorsing atau skorsing. Hingga pada tahap onzetting atau pemberhentian tetap dari keanggotaan INI. Pengawasan dilakukan oleh Majelis Pengawas Notaris secara berjenjang untuk pelanggaran jabatan. Sedangkan pelanggaran etika diawasi oleh Ikatan Notaris Indonesia untuk menjaga integritas dan kepercayaan publik.

DAFTAR PUSTAKA

- Akhmad, Sinung Mufti. "NOTARY SELF-ACTUALIZATION AND PROMOTION IN SOCIAL MEDIA An Analysis of Notary Ethics Violations in Indonesia." *Sientia Iustitiae* 2, no. 1 (2024): <https://doi.org/10.36085/jsi.v2i1.6370>.
- Armanda, Deby. "Analisis Kepastian Hukum Terkait Pentingnya Melakukan Perjanjian Tertulis Dalam Melaksanakan Suatu Transaksi." *AL-DALIL: Jurnal Ilmu Sosial, Politik, Dan Hukum* 2, no. 2 (2024): <https://doi.org/10.58707/aldalil.v2i2.910>.
- Anna Tifanny. "SANKSI TERHADAP NOTARIS YANG MELAKUKAN PROMOSI DAN PUBLIKASI PADA MEDIA TIKTOK." *UNES Law Review* 5, no. 2 (2022): <https://doi.org/10.31933/unesrev.v5i2.315>.
- Ardianta, I Gusti Made, Aris Munandar, and Djumardin Djumardin. "Analisis Yuridis Hak Ingkar Notaris Terhadap Kerahasiaan Isi Minuta Akta Notaris Berdasarkan Uujnp Dan Kode Etik Notaris." *Jurnal Risalah Kenotariatan* 4, no. 2 (2023). <https://doi.org/10.29303/risalahkenotariatan.v4i2.150>.
- Arie Kurniawan, Farrel Billie, Ariska Dewantary. "Praktik Personal Branding Notaris Terhadap Batasan, Etika Dan Legalitasnya Ditinjau Dari Undang-Undang Jabatan Notaris Dan Kode Etik Notaris." *Perspektif Hukum* 25, no. 2 (2025): <https://doi.org/10.30649/ph.v25i2.498>.
- Awan Santosa, Salsaminia. "Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Keterampilan Komunikasi Digital, Dan Personal Branding Terhadap Employability Generasi Z Di Daerah Istimewa Yogyakarta." *Journal of Indonesia Management* vol.5, no. 1 (2025): <https://doi.org/https://doi.org/10.xxxxx/xxxxx>.
- Borman, M. Syahrul. "Kedudukan Notaris Sebagai Pejabat Umum Dalam Perspektif Undang-Undang Jabatan Notaris." *Jurnal Hukum Dan Kenotariatan* 3, no. 1 (2019): <https://doi.org/10.33474/hukeno.v3i1.1920>.
- Difqa Alvi,Ramadhandiko, kayus. "Tinjaun Yuridis Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Online Oleh Notaris Sebagai Pelanggaran Kode Etik." *Media Hukum Indonesia (MHI)* 3, no. 3 (2025): <https://doi.org/10.5281/zenodo.15639227>.
- fadhil fahmi, nurini aprianda, dyah aju wisnuwardhani. "Pemberian Sanksi Bagi Notaris Yang Melakukan Publikasi Atau Promosi Diri Di Media Cetak Maupun Media Elektronik." *Jurnal Cakrawala Hukum* 11 (n.d.): <https://doi.org/10.2690/idxch.v11i2.4450>.
- Fira Adhisa Rivanda, Isyana Wisnuwardhani Sadjarwo. "PELANGGARAN PEMASANGAN PAPAN NAMA NOTARIS YANG TIDAK SESUAI DENGAN PELAKSANAAN KODE ETIK NOTARIS." *Maleo Law Journal* 5, no. 2 (2021): <https://doi.org/10.56338/mlj.v5i2.1868>.
- Gunadi, Gunadi. "PERAN NOTARIS DALAM MEMBERIKAN JASA HUKUM PADA MASYARAKAT (Kajian Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2014 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2004 Tentang Jabatan Notaris)." *Ahwaluna / Jurnal Hukum Keluarga Islam* 2, no. 1 (2023): <https://doi.org/10.70143/ahwalunajurnalhukumkeluargaislam.v2i1.152>.
- Herawati, A. P. (2019). *Larangan Notaris Mempromosikan Diri Melalui Internet Berdasar Undang-Undang Jabatan Notaris Dan Kode Etik* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia).
- Herawati,, Putri Ariana. (2023) "Pelanggaran Kode Etik Mempromosikan Diri Melalui Media Elektronik Oleh Notaris.", (Universitas Sriwijaya Palembang).
- Imanda, Nadia. "Perspektif Kode Etik Jabatan Notaris Terhadap Publikasi Dan Promosi Jabatan Notaris Melalui Aplikasi Android." *Lambung Mangkurat Law Journal* 5, no. 1 (2020):

<https://doi.org/10.32801/lamlaj.v5i1.117>.

- Irhamdessetya, Hani, and Indra Yuliawan. "Upaya Peningkatan Integritas Dan Transparasi Terhadap Kode Etik Notaris Dalam Penetapan Pelaksanaan Honorarium Notaris Di Kabupaten Semarang." *Lajour (Law Journal)* 5, no. 1 (2024): <https://doi.org/10.32767/lajour.v5i1.193>
- H. Salim HS. *Peraturan Jabatan Notaris*. Edited by tarmizi. jakarta: Sinar Grafika, 2018.
- Peter Mahmud Marzuki. *Penelitian Hukum*. jakarta: kencana, 2019.
- Philipus M. Hadjon. *Pengantar Hukum Administrasi Indonesia*. yogyakarta: Gajah Mada Universaql press, 2020.
- Putri, Hapshah Azzahra Welvi, and Aminah Aminah. "Etika Sebagai Landasan Martabat Notaris Guna Menjaga Kepercayaan Publik." *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora Dan Politik* 5, no. 5 (2025): <https://doi.org/10.38035/jihhp.v5i5.4973>.
- Muliawati, Mita, Yanuar Rahman, Mohamad Tohir, and Rizky Yantami Arumsari. "Analisis Pemanfaatan Konten Instagram Sebagai Media Promosi Usaha Syamil Aqiqah." *Gorga : Jurnal Seni Rupa* 13, no. 01 (2024): <https://doi.org/10.24114/gr.v13i01.57255>.
- Mukti Fajar ND and Yulianto Achmad. *Dualisme Penelitian Hukum: Normatif Dan Empiris*. yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2017.
- Soerjono Soekanto and Sri Mamudji. *Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat*. jakarta: raja grafindo persada, 2015.
- Suhrawardi, Farid Wajdi. *Etika Profesi Hukum*. jakarta: Sinar Grafika, 2022.
- Sukri, N. R. (2021). *PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL UNTUK PROMOSI DIRI NOTARIS SECARA TIDAK LANGSUNG= THE USE OF SOSIAL MEDIA TO SELF-PROMOTE NOTARY INDERICTLY* (Universitas Hasanuddin).
- Tri Novianti, Edith Ratna. "Akibat Hukum Notaris Mempromosikan Diri Di Sosial Media Instagram." *Notarius* 15, no. 2 (2022): <https://doi.org/10.14710/nts.v15i2.33674>.
- Yhan Kristiawan. "PENEGAKAN KODE ETIK NOTARIS SEBAGAI UPAYA MENJAGA KEHORMATAN DAN KELUHURAN JABATAN NOTARIS." *Jurnal Hukum* 13, no. 1 (2022): <https://doi.org/https://doi.org/10.33476/ajl.v13i1.2085>.
- Zainuddin Ali. *Metode Penelitian Hukum*. jakarta: Sinar Grafika, 2016.