


## PRAKTIK PERSONAL BRANDING NOTARIS TERHADAP BATASAN, ETIKA DAN LEGALITASNYA DITINJAU DARI UNDANG- UNDANG JABATAN NOTARIS DAN KODE ETIK NOTARIS

Arie Kurniawan<sup>1</sup>, Farrel Billie Akmal Fahar Ary Hartanto<sup>2</sup>✉, Ariska Dewantary<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Fakultas Hukum, Universitas Airlangga, Surabaya, Indonesia,  
Email: ariekurniawann@yahoo.com

<sup>2</sup> Fakultas Hukum, Universitas Airlangga, Surabaya, Indonesia, Email:  
farrelbillie5772@gmail.com

<sup>3</sup> Fakultas Hukum, Universitas Hang Tuah, Surabaya, Indonesia, Email:  
ariska.fh20@hangtuah.ac.id

✉ corresponding email: farrelbillie5772@gmail.com

Article	Abstract
<p><b>Keywords:</b> <i>Notaris, Kode Etik Notaris, Etika profesi, Personal branding, Media sosial</i></p> <p><b>Article History</b> Received: Sept 03, 2025; Reviewed: Oct 21, 2025; Accepted: Nov 22, 2025; Published: Nov 30, 2025;</p>	<p>Personal branding, understood as the reputation or "self-brand" of an individual, has become an important concept in professional practice. In the context of notarial practice in Indonesia, efforts to develop personal branding must be carefully balanced against strict legal and ethical constraints. This paper analyzes the practice of personal branding by Indonesian notaries in light of the Notary Position Law (Undang-Undang Jabatan Notaris, UUJN) and the Notary Code of Ethics. Using a normative legal research method with a statute approach and examination of professional ethics, this study reviews relevant regulations, ethical guidelines, and comparative international</p>

practices. The findings indicate that while notaries may engage in certain reputational activities such as legal education or informational outreach, direct self-promotion is prohibited. Article 15 paragraph (2) letter e of the Notary Position Law explicitly grants the authority to provide legal counseling which can enhance reputation, but Article 4 paragraph (3) of the Notary Code of Ethics forbids any form of advertising or personal publicity. International comparisons from Spain and France reveal similarly restrictive rules for notary advertising. In conclusion, Indonesian notaries must perform personal branding within the narrow confines allowed by law and ethics, emphasizing professional expertise and public education while avoiding any media-based promotion of their notarial status. These findings aim to guide notaries in promoting their professional image without violating legal or ethical boundaries.



Copyright (c) 2025 All writings published in this journal are personal views of the authors and do not represent the views of this journal and the author's affiliated institutions. Author(s) retain copyrights under the licence of Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International (CC BY-SA 4.0). <https://doi.org/10.30649/ph.v25i2.498>

## Pendahuluan

Profesi notaris di Indonesia diakui sebagai jabatan kehormatan dan kepercayaan publik (*nobile officium* atau *officium nobile*).<sup>1</sup> Sebagai jabatan yang mulia, notaris dituntut untuk menjalankan tugasnya dengan integritas, kejujuran, dan tanggung jawab yang tinggi. Seorang notaris adalah pejabat umum yang memiliki wewenang membuat akta autentik, dan karena itu ia terkait erat dengan kepentingan masyarakat banyak.<sup>2</sup> Notaris bukan sekadar pembuat akta administratif, melainkan perpanjangan tangan negara yang bertugas memberikan kepastian hukum perdata kepada setiap individu yang membutuhkan layanan kenotariatan.

<sup>1</sup> Raden Ajeng Herning Nurarifah dan Luqman Hakim, "Perlindungan Hukum Dari Negara Terhadap Notaris Yang Diakui Sebagai *Officium Nobile*," *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial* 1, no. 9 (2024): 100-104.

<sup>2</sup> M. Syarul Borman, "Kedudukan Notaris Sebagai Pejabat Umum," *Jurnal Hukum dan Pembangunan Ekonomi* 7, no. 2 (2019): 1-12.

Tan Thong Kie, seorang ahli kenotariatan terkemuka, dalam karyanya menegaskan bahwa pekerjaan yang dilimpahkan oleh pemerintah kepada seorang notaris merupakan sesuatu yang sangat berharga sehingga harus dijaga dengan baik. Ia juga menyatakan bahwa seorang notaris wajib menjunjung tinggi tugas tersebut serta melaksanakannya dengan tepat dan jujur. Pernyataan ini menunjukkan bahwa citra atau personal branding seorang notaris sangat penting, karena reputasi pribadi dapat memengaruhi persepsi klien dan publik terhadap lembaga kenotariatan secara keseluruhan. Kepercayaan masyarakat merupakan aset utama dalam menjalankan profesi notaris.

Personal branding dapat didefinisikan sebagai reputasi yang melekat pada diri seseorang, atau sederhananya “merek diri.”<sup>3</sup> Bagi seorang notaris, branding diri meliputi aspek-aspek profesional dan kepribadian yang diperlihatkan dalam menjalankan tugasnya, mulai dari keahlian teknis dalam membuat akta hingga etika melayani klien. Penerapan branding diri yang tepat dapat memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap notaris, tetapi jika tidak dijalankan dengan baik, dapat bertentangan dengan batas-batas hukum dan etika profesi.<sup>4</sup>

Perkembangan teknologi digital saat ini telah mengubah cara berbagai profesi membangun citra profesional. Platform media sosial, website, dan berbagai sarana komunikasi digital menjadi aspek penting dalam membangun branding profesional yang kuat. Namun demikian, bagi notaris sebagai pejabat publik, upaya membangun personal branding harus dilakukan dengan tetap mematuhi kode etik profesi yang sangat ketat. Notaris harus memastikan bahwa setiap upaya branding tidak melanggar prinsip-prinsip profesionalisme, objektivitas, dan netralitas yang menjadi fondasi kepercayaan publik terhadap jabatan notaris.<sup>5</sup>

---

<sup>3</sup> Raden Roro Citra Hendarini, “Notaris dan Personal Branding dalam Menjalankan Jabatan Notaris” (Tesis Magister, Universitas Indonesia, 2021), 15.

<sup>4</sup> Maulana Farhan Abdillah, “Etika Notaris Dalam Era Digital: Dampak Branding Diri Dalam Profesionalitas Notaris,” *Jatiswara* 1, no. 1 (2025): 1-15.

<sup>5</sup> Difqa Alvi Ramadhandiko dan Kayus Kayowuan Lewoleba, “Tinjauan Yuridis Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Promosi Online oleh Notaris sebagai Pelanggaran Kode Etik,” *Media Hukum Indonesia* 3, no. 3 (2025): 390-398.

Fenomena pesatnya perkembangan media sosial telah berdampak signifikan pada profesi notaris sebagai pejabat publik.<sup>6</sup> Notaris kerap menggunakan platform digital seperti Instagram, Facebook, dan website pribadi untuk mencantumkan nama dan jabatan, yang dalam banyak kasus dapat dikategorikan sebagai promosi terselubung atau bahkan promosi langsung. Praktik ini menjadi semakin memprihatinkan mengingat larangan eksplisit dalam peraturan perundang-undangan. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2004 Tentang Jabatan Notaris dan Kode Etik Notaris, tindakan promosi diri dilarang karena dapat menurunkan martabat profesi dan melanggar prinsip-prinsip etika kenotariatan yang telah ditetapkan oleh Ikatan Notaris Indonesia. Fenomena ini semakin mengkhawatirkan mengingat pertambahan jumlah notaris di Indonesia terus meningkat, yang pada akhirnya memicu persaingan tidak sehat dalam mendapatkan klien.

Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah bagaimana praktik personal branding oleh notaris Indonesia berada dalam batasan legal dan etika profesi. Pertanyaan penelitian antara lain: Pertama, apakah kegiatan branding diri (misalnya melalui media sosial, website pribadi, seminar publik) diizinkan oleh Undang-Undang Jabatan Notaris dan Kode Etik Notaris? Kedua, bagaimana kondisi internasional terkait hal serupa, khususnya di negara-negara yang menganut sistem kenotariatan Latin? Ketiga, bagaimana mekanisme pengawasan dan sanksi yang dapat dijatuhkan kepada notaris yang melanggar ketentuan larangan promosi diri?

Studi ini menggunakan metode yuridis normatif (pendekatan statute dan kode etik) untuk mengevaluasi ketentuan peraturan perundang-undangan dan kode etik yang berlaku. Metode ini lazim digunakan dalam analisis hukum normatif seperti pada penelitian-penelitian sebelumnya.<sup>7</sup> Hasil kajian literatur menunjukkan bahwa Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2004 tentang Jabatan Notaris (yang telah diubah oleh Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2014) memberikan beberapa kewenangan tertentu seperti penyuluhan hukum kepada notaris, namun secara eksplisit tidak mengatur tentang promosi pribadi.

---

<sup>6</sup> “Promosi diri notaris melalui media sosial ditinjau berdasarkan kode etik notaris Indonesia,” NewElista Universitas Tarumanagara (2025).

<sup>7</sup> Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2015), 13–14.

Sebaliknya, Kode Etik Notaris yang diterbitkan oleh Ikatan Notaris Indonesia (INI) secara jelas melarang promosi dan publikasi diri notaris melalui media apa pun. Hal ini diperkuat dengan temuan penelitian bahwa notaris yang melakukan promosi diri melalui situs web atau media sosial telah melanggar Pasal 4 ayat (3) Kode Etik Notaris.<sup>8</sup> Pelanggaran tersebut dapat dikategorikan sebagai pelanggaran etik yang serius karena berpotensi menurunkan martabat jabatan notaris sebagai pejabat publik dan menggoyahkan kepercayaan masyarakat terhadap institusi kenotariatan.

Sejumlah literatur mendukung temuan ini, Hendardini menegaskan bahwa notaris yang ingin membangun branding diri dapat menggunakan cara yang diperbolehkan, seperti membuat logo pribadi berisi nama dan gelar akademik saja tanpa mencantumkan jabatan, agar tidak dianggap mempromosikan jabatan notaris.<sup>9</sup> Selain itu, praktik internasional mencerminkan pembatasan serupa bagi pejabat kenotariatan. Studi komparatif menunjukkan bahwa di banyak yurisdiksi seperti Spanyol dan Prancis, notaris juga tidak diperkenankan melakukan periklanan publik atau kegiatan pemasaran langsung.

Secara keseluruhan, tinjauan pustaka ini menegaskan perlunya pemahaman mendalam tentang mana saja batasan hukum (UUJN) dan norma etika (Kode Etik Notaris) yang relevan dengan personal branding notaris. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan analisis komprehensif mengenai kegiatan branding diri yang diperbolehkan dan dilarang bagi notaris di Indonesia, serta memberikan perbandingan dengan praktik internasional guna memberikan perspektif yang lebih luas dan mendalam tentang standar profesi kenotariatan secara global.

## Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis normatif dengan tipe penelitian deskriptif-analitis. Metode ini bertujuan menggambarkan secara sistematis hubungan antara personal branding notaris dan ketentuan hukum yang berlaku, kemudian menganalisisnya secara

---

<sup>8</sup> Kevin Mikail Siahaan, "Prohibition of Self-Promotion in the Notary Code of Ethics and Notary Position Law," *Asian Journal of Education and Social Studies* 1, no. 1 (2024): 1–8.

<sup>9</sup> Raden Roro Citra Hendardini, *Notaris dan Personal Branding dalam Menjalankan Jabatan Notaris*, Tesis, 2021, hal.1.

kritis untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif.<sup>10</sup> Pendekatan statute digunakan dengan menelaah Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2004 tentang Jabatan Notaris beserta perubahannya (Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2014), serta peraturan pelaksanaannya yang relevan termasuk peraturan dari Kementerian Hukum dan HAM.

Selain itu, pendekatan kode etik dianalisis melalui dokumen Kode Etik Notaris yang ditetapkan oleh Ikatan Notaris Indonesia, terutama Pasal 3 (kewajiban) dan Pasal 4 (larangan). Penelitian ini juga menggunakan pendekatan konseptual (conceptual approach) untuk menganalisis konsep personal branding dalam konteks profesi notaris sebagai pejabat publik. Pendekatan komparatif juga digunakan untuk membandingkan pengaturan di Indonesia dengan negara lain yang menganut sistem kenotariatan Latin (civil law) seperti Spanyol dan Prancis.

Data diperoleh dari studi pustaka (library research) berupa buku teks hukum, jurnal ilmiah nasional dan internasional, skripsi/tesis, serta sumber hukum primer dan sekunder. Bahan hukum primer meliputi peraturan perundang-undangan terkait jabatan notaris, kode etik profesi, dan keputusan Menteri Hukum dan HAM yang berkaitan dengan pengawasan notaris. Bahan hukum sekunder meliputi literatur hukum, artikel jurnal ilmiah, hasil penelitian terdahulu, putusan pengadilan, dan hasil riset dari berbagai lembaga yang relevan dengan topik penelitian. Bahan hukum tersier meliputi kamus hukum, ensiklopedia, dan sumber referensi lainnya.

Analisis data dilakukan dengan metode analisis kualitatif, membandingkan isi norma hukum dengan fakta praktik personal branding notaris serta pendekatan internasional. Pendekatan komparatif digunakan untuk membandingkan regulasi personal branding notaris di Indonesia dengan negara-negara yang menganut sistem kenotariatan Latin (civil law) seperti Spanyol dan Prancis. Analisis dilakukan secara deduktif-induktif untuk memperoleh kesimpulan yang komprehensif tentang batasan legal dan etika dalam personal branding notaris.

---

<sup>10</sup> Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum* (Jakarta: Kencana, 2019), 93-95.

## Hasil dan Pembahasan

### A. Landasan Hukum tentang Personal Branding Notaris dalam UUJN

Secara eksplisit, Undang-Undang Jabatan Notaris (UUJN) tidak menyebut istilah "branding diri" atau "promosi diri." UUJN lebih banyak mengatur ruang lingkup kewenangan notaris dan larangan-larangan umum yang berkaitan dengan pelaksanaan jabatan. Namun demikian, beberapa ketentuan dalam UUJN memiliki implikasi terhadap praktik personal branding notaris yang perlu dipahami secara mendalam oleh setiap notaris dan stakeholder yang terlibat.

Pasal 15 ayat (2) huruf e UUJN menyebutkan bahwa notaris memiliki kewenangan "memberikan penyuluhan hukum sehubungan dengan pembuatan Akta."<sup>11</sup> Kewenangan ini sesungguhnya memberi ruang bagi notaris untuk tampil sebagai sumber informasi hukum yang terpercaya. Penyuluhan hukum dapat dipandang sebagai kegiatan profesional yang meningkatkan reputasi (branding) tanpa bersifat komersial, karena orientasinya adalah memberikan edukasi hukum kepada masyarakat.<sup>12</sup> Akan tetapi, pasal tersebut menegaskan bahwa memberikan penyuluhan hukum bersifat wewenang, bukan kewajiban; ketidaklaksanaan penyuluhan tidak mempengaruhi keabsahan akta yang dibuat oleh notaris.

Namun demikian, notaris yang aktif memberikan penyuluhan hukum akan membangun reputasi positif di masyarakat secara organik. Penyuluhan hukum dapat dilakukan melalui berbagai media, termasuk seminar, workshop, penerbitan artikel, atau melalui platform digital, selama tujuannya adalah edukasi dan tidak mengandung unsur komersial atau promosi jabatan. Perbedaan ini sangat penting dalam membedakan antara kegiatan branding yang diperbolehkan dengan kegiatan promosi yang dilarang.

---

<sup>11</sup> Indonesia, UU No. 2 Tahun 2014, Pasal 15 ayat (2) huruf e.

<sup>12</sup> M.M. R.I.S. Akrabi, "Pemanfaatan Sosial Media oleh Notaris Sebagai Sarana Melaksanakan Kewenangan Notaris," *UNES Law Review*, Vol. 6, No. 2 (2023): 1-12.

Media sosial saat ini telah dilengkapi dengan fitur-fitur yang semakin mempermudah interaksi antar penggunanya, tanpa perlu mengkhawatirkan jarak dan waktu. Dikaitkan dengan kewenangan notaris dalam melakukan penyuluhan hukum, media sosial dapat menjadi sarana yang mudah dan cepat untuk melakukan penyuluhan hukum kepada masyarakat luas. Berbagai platform media sosial seperti Instagram, Blog, TikTok, LinkedIn, dan sebagainya menyediakan fitur-fitur interaktif yang dapat dimanfaatkan oleh notaris untuk melakukan penyuluhan hukum. Masyarakat dapat memperoleh pengetahuan hukum dari konten edukatif yang dibagikan oleh notaris melalui media sosial tersebut, namun harus selalu diingat bahwa setiap konten harus memenuhi standar etika yang telah ditetapkan.

UUJN juga mengatur aspek organisasi praktik notaris yang memiliki implikasi signifikan terhadap strategi personal branding. Pasal 19 ayat (1) UJN (sebagaimana diubah dengan Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2014) mensyaratkan bahwa "Notaris wajib mempunyai hanya 1 (satu) kantor, yaitu di tempat kedudukannya."<sup>13</sup> Dengan kata lain, notaris dilarang memiliki beberapa kantor cabang atau kantor satelit. Hal ini justru membatasi strategi branding konvensional seperti perluasan jangkauan pasar; notaris tidak boleh mengiklankan kantor cabangnya yang tidak sah atau menciptakan kesan bahwa mereka memiliki kantor di berbagai lokasi. Ketentuan ini juga dimaksudkan untuk menjaga ketertiban administrasi kenotariatan dan mencegah praktik-praktik yang tidak sesuai dengan standar profesi.

Selain itu, jika notaris melanggar ketentuan tempat kedudukan (misalnya memproses akta di luar wilayah resmi tanpa izin atau menunjukkan kantor di tempat yang tidak sesuai ketentuan), sanksi yang dapat dikenakan termasuk peringatan tertulis hingga pemberhentian sementara.<sup>14</sup> Ketentuan ini menegaskan bahwa UJN lebih fokus pada struktur organisasi dan akuntabilitas jabatan, bukan

---

<sup>13</sup> Indonesia, UU No. 2 Tahun 2014, Pasal 19 ayat (1).

<sup>14</sup> Indonesia, UU No. 2 Tahun 2014, Pasal 19 ayat (4).



pada cara notaris memperkenalkan diri di publik dalam konteks promosi komersial. Pengaturan ini bertujuan untuk memberikan kepastian hukum dan perlindungan kepada masyarakat yang menggunakan jasa notaris, serta menjaga kualitas dan integritas layanan kenotariatan.

Sebagai pejabat publik, notaris tunduk pada prinsip-prinsip fundamental yang tercantum dalam Pasal 16 UUJN, antara lain bertindak amanah, jujur, mandiri, tidak berpihak, serta menjaga kehormatan jabatan.<sup>15</sup> Notaris juga diamanatkan untuk menyimpan cap/stempel negara dengan aman serta merahasiakan segala hal yang terjadi dalam pembuatan akta (prinsip confidentiality). Kewajiban ini merupakan pilar utama dalam menjamin kepastian hukum dan perlindungan bagi para pihak yang memanfaatkan jasa notaris. Prinsip-prinsip ini harus menjadi landasan dalam setiap aktivitas notaris, termasuk dalam membangun personal branding yang sehat dan etis.

Meskipun UUJN menetapkan etika dasar tersebut, perlindungan integritas notaris dan penegakan standar etika profesi lebih banyak diatur melalui Kode Etik Notaris INI. Singkatnya, landasan UUJN memposisikan notaris sebagai pejabat publik dengan kewenangan terbatas namun sangat penting, sementara kegiatan personal branding harus diinterpretasikan berdasarkan nilai-nilai umum tersebut (misalnya tanggung jawab moral dan akuntabilitas publik) dan pembatasan formal seperti kewajiban hanya memiliki satu kantor. Harmonisasi antara UUJN dan Kode Etik Notaris menjadi sangat penting untuk memberikan pedoman yang jelas dan konsisten bagi notaris dalam menjalankan tugasnya sambil membangun reputasi profesional yang positif.

## **B. Kode Etik Notaris: Larangan Promosi dan Publikasi Diri**

Kode Etik Notaris (KEN) yang ditetapkan oleh Ikatan Notaris Indonesia dengan jelas mengatur larangan-larangan spesifik terkait

---

<sup>15</sup> Indonesia, UU No. 2 Tahun 2014, Pasal 16 ayat (1) huruf a.

promosi diri yang merupakan inti dari pengaturan etika profesi notaris. Kode Etik Notaris adalah kaidah moral yang ditentukan oleh Perkumpulan Ikatan Notaris Indonesia berdasarkan keputusan Kongres Perkumpulan dan/atau yang ditentukan oleh peraturan perundang-undangan yang berlaku bagi setiap dan semua anggota Perkumpulan serta semua orang yang menjalankan tugas jabatan sebagai Notaris. Kode etik ini merupakan pedoman moral yang mengikat seluruh notaris di Indonesia dan mencerminkan komitmen profesi terhadap nilai-nilai integritas dan profesionalisme.

Pada Pasal 4 ayat (3) Kode Etik Notaris hasil Kongres Luar Biasa (KLB) Ikatan Notaris Indonesia di Banten pada tanggal 29-30 Mei 2015, dinyatakan bahwa:

"Notaris maupun orang lain (selama yang bersangkutan menjalankan jabatan Notaris) dilarang melakukan publikasi atau promosi diri, baik sendiri maupun secara bersama-sama, dengan mencantumkan nama dan jabatannya, menggunakan sarana media cetak dan/atau elektronik, dalam bentuk: iklan, ucapan selamat, ucapan belasungkawa, ucapan terima kasih, kegiatan pemasaran, kegiatan sponsor, baik dalam bidang sosial, keagamaan, maupun olah raga." Larangan ini mencakup berbagai bentuk publikasi yang secara luas dapat dikategorikan sebagai promosi atau iklan dalam bentuk apa pun. Secara eksplisit, notaris dilarang mempromosikan diri lewat media apa pun, termasuk media sosial, website pribadi, iklan cetak, billboard, atau sarana komunikasi digital lainnya. Hal ini sesuai dengan temuan penelitian yang menyebut bahwa Kode Etik pasal tersebut "melarang notaris umum mengumumkan, menyiarkan, atau menyebarkan diri mereka ke publik menggunakan jasa internet." Larangan ini bersifat imperatif dan tidak dapat dikesampingkan oleh notaris dalam bentuk apa pun.

Promosi diri oleh notaris melalui platform digital seperti Instagram, TikTok, LinkedIn, dan sarana digital lainnya menimbulkan polemik serius karena dinilai bertentangan dengan prinsip dasar profesi notaris yang bersifat netral, profesional, dan tidak komersial. Tindakan tersebut dianggap dapat merendahkan martabat jabatan notaris sebagai pejabat publik dan membuka potensi persaingan tidak sehat antar notaris yang dapat merugikan masyarakat. Persaingan yang tidak sehat dapat mengakibatkan *race to the bottom* di mana notaris berlomba-lomba menawarkan tarif murah atau

layanan berkurang dengan mengorbankan kualitas dan integritas pekerjaan mereka.

Akibat konkret dari pelanggaran promosi diri dapat berupa sanksi disiplin yang cukup berat. Studi kasus yang dilaporkan dalam berbagai penelitian menemukan notaris yang mempromosikan jabatannya via situs web pribadi dan akun Instagram dengan konten seperti foto di kantor, daftar jasa yang ditawarkan, dan testimoni klien, yang dinilai melanggar Pasal 4 ayat (3) Kode Etik Notaris.<sup>16</sup> Meskipun UUJN sendiri tidak secara eksplisit mengatur larangan promosi ini dalam bentuk sanksi administrasi, Kode Etik menjadi rujukan utama untuk menegakkan integritas profesi melalui mekanisme Dewan Kehormatan. Kode Etik berfungsi sebagai *lex specialis* yang mengatur aspek-aspek etik yang tidak tercakup dalam UUJN secara mendetail.

Selain larangan, Kode Etik juga mencantumkan kewajiban minimal bagi notaris yang harus dipenuhi setiap saat. Pasal 3 Kode Etik Notaris mengatur bahwa notaris wajib:

1. Memiliki moral, akhlak serta kepribadian yang baik dan dapat diterima masyarakat
2. Menghormati dan menjunjung tinggi harkat dan martabat Jabatan Notaris sebagai pejabat publik
3. Menjaga dan membela kehormatan Perkumpulan (Ikatan Notaris Indonesia)
4. Berperilaku jujur, mandiri, tidak berpihak, amanah, seksama, penuh rasa tanggung jawab dalam setiap tindakan
5. Meningkatkan ilmu pengetahuan dan keahlian profesi melalui pendidikan berkelanjutan
6. Mengutamakan pengabdian kepada kepentingan masyarakat dan Negara
7. Memberikan jasa pembuatan akta untuk masyarakat yang tidak mampu tanpa memungut honorarium (layanan pro bono)
8. Menetapkan satu kantor di tempat kedudukan yang telah ditentukan

Dari ketentuan di atas, jelas bahwa notaris diwajibkan untuk menjaga kehormatan jabatan dengan tetap menjadi sosok yang

---

<sup>16</sup> Tri Noviyanti dan Edith Ratna M.S., "Akibat Hukum Notaris Mempromosikan Diri di Sosial Media Instagram," *Notarius: Jurnal Kenotariatan*, Vol 15 No 2 (2022): 1-15.

terpercaya dan professional, serta tidak melakukan hal-hal yang dapat menurunkan martabat profesi, termasuk promosi diri melalui media apapun baik yang terselubung maupun terang-terangan. Kewajiban-kewajiban ini bersifat kumulatif dan harus dipenuhi secara keseluruhan oleh setiap notaris sebagai bagian dari komitmen mereka terhadap profesi.

### C. Mekanisme Pengawasan dan Sanksi Pelanggaran Kode Etik

Sesuai mekanisme organisasi yang telah ditetapkan, pelanggaran Kode Etik dapat diproses melalui Dewan Kehormatan Notaris yang merupakan badan internal Ikatan Notaris Indonesia.<sup>17</sup> Dewan Kehormatan adalah alat perlengkapan perkumpulan yang bertugas untuk melakukan pembinaan, bimbingan, pengawasan, pembenahan anggota dalam menjunjung tinggi kode etik, memeriksa dan mengambil keputusan atas dugaan pelanggaran kode etik yang bersifat internal. Dewan Kehormatan terdiri dari Dewan Kehormatan Daerah di tingkat lokal, Dewan Kehormatan Wilayah di tingkat regional, dan Dewan Kehormatan Pusat di tingkat nasional.

Pasal 6 Kode Etik Notaris mengatur secara detail tentang sanksi yang dapat dijatuhkan kepada notaris yang melakukan pelanggaran kode etik:

1. Sanksi yang dikenakan terhadap anggota yang melakukan pelanggaran Kode Etik dapat berupa:
  - 1) Teguran lisan atau tertulis dari Dewan Kehormatan
  - 2) Peringatan resmi dengan pencatatan dalam arsip keorganisasian
  - 3) Skorsing (pemecatan sementara) dari keanggotaan Perkumpulan selama periode tertentu
  - 4) Onzetting (pemecatan permanen) dari keanggotaan Perkumpulan
  - 5) Pemberhentian dengan tidak hormat dari keanggotaan Perkumpulan sebagai sanksi paling berat
2. Penjatuhan sanksi disesuaikan dengan kuantitas dan kualitas pelanggaran yang dilakukan oleh anggota tersebut, sehingga sanksi proporsional dengan berat ringannya pelanggaran.

---

<sup>17</sup> Y. Kristiawan, "Penegakan Kode Etik Notaris Sebagai Upaya Menjaga Kehormatan dan Keluhuran Jabatan Notaris," *Adil: Jurnal Hukum* 13, no. 1 (2023): 1-20.

Namun demikian, perlu dicatat bahwa sanksi pemecatan yang diberikan terhadap notaris yang melakukan pelanggaran kode etik bukanlah berupa pemecatan dari jabatan notaris melainkan pemecatan dari keanggotaan Ikatan Notaris Indonesia.<sup>18</sup> Sehingga sanksi tersebut terkesan kurang mempunyai daya mengikat yang maksimal bagi notaris yang melakukan pelanggaran kode etik, meskipun dampak reputasi sangat signifikan. Pemecatan dari jabatan notaris itu sendiri harus melalui proses yang lebih panjang dan formal dengan melibatkan Majelis Pengawas Notaris yang merupakan badan pengawas pemerintah (bukan internal organisasi profesi) dan memerlukan keputusan resmi dari Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia. Hal ini menunjukkan adanya dualisme dalam pengawasan notaris antara pengawasan internal (organisasi profesi) dan pengawasan eksternal (pemerintah).

Notaris yang dijatuhkan sanksi atas pelanggaran kode etik dapat melakukan upaya pembelaan diri dan dapat mengajukan banding secara bertingkat terhadap putusan Dewan Kehormatan Daerah kepada Dewan Kehormatan Wilayah dan kemudian ke Dewan Kehormatan Pusat sebagai pemeriksaan tingkat akhir dalam struktur organisasi INI.<sup>19</sup> Mekanisme banding ini memberikan kesempatan bagi notaris untuk membela diri secara adil dan mendapatkan pertimbangan yang lebih matang dari tingkatan yang lebih tinggi dalam hierarki organisasi.

Selain sanksi dari Dewan Kehormatan Organisasi, notaris yang melanggar ketentuan Pasal 16 ayat (1) huruf a UUN juga dapat dikenakan sanksi administratif yang lebih berat oleh Majelis Pengawas Notaris yang merupakan badan pengawas resmi pemerintah.<sup>20</sup> Sanksi administratif berdasarkan UUN meliputi:

1. Peringatan tertulis sebagai sanksi ringan
2. Pemberhentian sementara dari menjalankan tugas notaris untuk jangka waktu tertentu
3. Pemberhentian dengan hormat (purna tugas yang normal)
4. Pemberhentian dengan tidak hormat (pemecatan sebagai notaris akibat pelanggaran serius)

---

<sup>18</sup> Sri Yuniati dan Sri Endah Wahyuningsih, "Mekanisme Pemberian Sanksi Terhadap Notaris Yang Melakukan Pelanggaran Kode Etik Jabatan Notaris," *Jurnal Akta* 4, no. 4 (2017): 585-590.

<sup>19</sup> Kode Etik Notaris, Pasal 6 ayat (3) dan (4).

<sup>20</sup> Indonesia, UU No. 2 Tahun 2014, Pasal 16 ayat (11).

Majelis Pengawas Notaris terdiri dari Majelis Pengawas Daerah, Majelis Pengawas Wilayah, dan Majelis Pengawas Pusat, dan merupakan struktur pengawasan yang ditunjuk atau disetujui oleh Menteri Hukum dan HAM.

#### **D. Kegiatan Branding Diri yang Diperbolehkan dan Dibatasi**

Meskipun larangan promosi dalam Kode Etik cukup tegas dan komprehensif, Kode Etik tidak serta-merta melarang semua bentuk pengembangan reputasi profesional yang etis dan edukatif. Terdapat ruang yang diperbolehkan bagi notaris untuk membangun citra profesional yang positif tanpa melanggar ketentuan etik yang berlaku. Pemahaman yang tepat dan detail tentang batasan ini sangat penting bagi setiap notaris dalam membangun reputasi profesional yang sehat dan berkelanjutan.

Hendardini dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa seorang notaris diperbolehkan membangun merek pribadi dengan cara-cara yang etis, misalnya dengan "membuat suatu brand untuk dirinya, salah satunya dengan membuat logo atau desain visual. Logo tersebut dipakai dengan memuat nama dan gelar pendidikan saja tanpa mencantumkan jabatan" agar tidak bersifat mempromosikan jabatan notaris secara langsung. Dengan kata lain, aspek identitas profesional boleh ditampilkan (nama, gelar, spesialisasi atau keahlian khusus) asalkan tidak dinilai sebagai iklan atau promosi komersial. Pembedaan antara identitas profesional dan promosi komersial menjadi kunci dalam memahami batasan yang tepat antara yang diperbolehkan dan yang dilarang.

Sejumlah aplikasi praktis yang diperbolehkan dalam personal branding notaris termasuk:

1. Penerbitan artikel hukum atau infografik edukatif di website pribadi untuk tujuan edukasi - Notaris dapat berbagi informasi hukum yang bersifat edukatif kepada masyarakat luas tanpa orientasi komersial atau promosi jasa. Konten edukatif ini dapat membantu masyarakat memahami hukum perdata, prosedur kenotariatan, dan hak-hak masyarakat dalam membuat akta. Website pribadi dapat menjadi referensi hukum yang bermanfaat bagi publik.
2. Seminar publik atau workshop sebagai bentuk penyuluhan hukum. Kegiatan ini sejalan dengan Pasal 15 ayat (2) huruf e UUJN yang memberi notaris kewenangan

penyuluhan hukum kepada masyarakat.<sup>21</sup> Partisipasi dalam seminar publik merupakan bentuk pengabdian langsung kepada masyarakat dan membangun kepercayaan melalui sosialisasi yang edukatif. Tidak ada unsur promosi langsung dalam kegiatan ini selama fokusnya adalah edukasi.

3. Konten informatif dan edukatif di media sosial - Selama tidak mencantumkan jabatan notaris secara proaktif dalam setiap posting dan tidak bersifat mengajak atau menawarkan jasa secara langsung kepada publik.<sup>52</sup> Konten yang bersifat edukatif, informatif, atau berbagi pengetahuan hukum kepada followers dapat diterima dari perspektif etika. Namun, konten yang menampilkan kesuksesan kasus atau testimoni klien harus dihindari karena termasuk promosi terselubung.
4. Papan nama kantor yang sesuai dengan ketentuan resmi. Pasal 5 Kode Etik Notaris mengatur pengecualian dalam hal pemasangan papan nama di depan atau di lingkungan kantor notaris sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan oleh organisasi profesi. Papan nama harus sesuai dengan format, ukuran, dan konten yang ditentukan, tanpa menambahkan elemen dekoratif yang berlebihan atau deskripsi jasa yang detail.

Namun batasannya sangat jelas dan tegas: semua materi dan konten publikasi harus tetap menjaga nuansa edukatif yang murni dan tidak boleh bersifat komersial atau promosi, baik secara langsung maupun terselubung. Dalam penelitian terdahulu direkomendasikan agar organisasi profesi memperkuat pengawasan dan sosialisasi karena peralihan era digital membuat kode etik yang saat ini berlaku perlu dievaluasi dan mungkin diperbarui agar tetap relevan dengan perkembangan teknologi komunikasi. Evaluasi berkala terhadap kode etik sangat diperlukan untuk menyesuaikan dengan perkembangan zaman dan teknologi, namun tetap mempertahankan prinsip-prinsip dasar etika kenotariatan.

Peraturan juga memisahkan dengan tegas antara publikasi resmi lembaga profesi (oleh Ikatan Notaris Indonesia) dan inisiatif pribadi notaris secara individual. Di banyak yurisdiksi dalam sistem kenotariatan Latin, hanya organisasi kenotariatan sebagai institusi

---

<sup>21</sup> Indonesia, UU No. 2 Tahun 2014, Pasal 15 ayat (2) huruf e.

yang boleh beriklan untuk kepentingan profesi secara umum; notaris individual dilarang memasarkan diri mereka sendiri. Perbedaan ini penting untuk menjaga keseimbangan antara kebutuhan informasi publik dan martabat serta netralitas profesi.

### E. Perbandingan Praktik Internasional

Pembatasan promosi diri notaris bukan fenomena eksklusif di Indonesia, melainkan merupakan konsensus internasional di antara negara-negara yang menganut sistem kenotariatan Latin (*civil law*).<sup>22</sup> Negara-negara yang menganut sistem kenotariatan Latin pada umumnya memiliki regulasi serupa yang ketat melarang notaris melakukan promosi atau iklan dalam bentuk apa pun. Perbandingan internasional ini penting untuk memberikan perspektif yang lebih luas dan memperkuat pemahaman tentang standar profesi global.

### F. Regulasi Notaris di Spanyol

Regulasi di Spanyol yang diatur pada *Notary Regulations* yang disahkan dengan Dekrit tanggal 2 Juni 1944 pada pasal Pasal 71 menegaskan bahwa notaris sebagai pejabat publik tidak boleh melakukan promosi atau penawaran layanan secara langsung kepada publik dalam bentuk apa pun.<sup>23</sup> Ketentuan ini didasarkan pada pertimbangan filosofis yang kuat bahwa promosi dapat mempengaruhi dan mendistorsi penyediaan layanan notaris yang semestinya netral dan tidak terpengaruh oleh kepentingan komersial, serta dapat merusak prestise institusi kenotariatan yang diwakili oleh masing-masing notaris. Regulasi ini telah berlaku sejak lama dan dianggap sebagai standar emas dalam sistem kenotariatan Latin modern.

Pada tingkat daerah, Asosiasi Notaris Catalonia (Colegios de Notarios de Cataluña) dalam Peraturan Internal Pasal 24 mensyaratkan dengan sangat detail bahwa:

“Notaris, mengingat statusnya sebagai pejabat publik, tidak dapat mengiklankan atau menawarkan secara publik jasa profesionalnya dengan cara apa pun, secara tegas menetapkan bahwa kegiatan pemasaran seperti pengiriman massal, baik dalam bentuk kertas maupun digital/email, serta penarikan klien di luar kantor

---

<sup>22</sup> Fredy Renaldi, “Perbandingan Publikasi dan Promosi Diri oleh Notaris di Indonesia dan Negara Lain,” *Swara Justisia* (2024): 1–15.

<sup>23</sup> Spain, Notarial Regulations, Article 71.



notaris oleh karyawan Notaris atau oleh pihak ketiga yang terkait atau bergantung padanya, adalah kegiatan yang dilarang keras dan dapat mengakibatkan sanksi disiplin."

Notaris di Spanyol hanya diizinkan untuk memiliki *website* yang sangat sederhana dan informatif yang memuat nama, alamat kantor lengkap dengan peta lokasi, jam praktik, informasi kontak seperti email dan nomor telepon, serta informasi administratif dasar lainnya. Namun demikian, mereka tetap bebas memublikasikan konten legal informatif dalam bentuk blog atau artikel ilmiah demi edukasi publik yang murni, selama konten tersebut tidak mengundang klien baru atau mempromosikan kantor notaris secara langsung. Pendekatan ini memberikan keseimbangan yang baik antara kebutuhan informasi publik dan upaya menjaga martabat profesi notaris.

#### G. Regulasi Notaris di Prancis

Prancis juga memiliki regulasi ketat dan detail mengenai promosi notaris melalui *Règlement National du Notariat (Règlement Professionnel du Notariat - RPN)* yang komprehensif.<sup>24</sup> Notaris Prancis diawasi oleh *Conseil Supérieur du Notariat (CSN)* yang merupakan badan independen bertugas mengatur standar profesional, etika, serta teknologi untuk mendukung praktik kenotariatan yang berkualitas tinggi.<sup>25</sup> Pengawasan yang ketat ini memastikan bahwa notaris menjalankan tugasnya sesuai dengan standar profesi yang telah ditetapkan secara nasional.

Ketentuan dalam regulasi Prancis menyatakan dengan jelas bahwa notaris harus menahan diri dari setiap langkah bersifat iklan yang melibatkan komunikasi massal tak terpilah untuk menawarkan jasanya ke publik yang luas, dalam bentuk apa pun baik yang tradisional maupun digital. Dengan kata lain, segala bentuk periklanan massal, termasuk iklan berbayar di mesin pencari Google Ads, Facebook Ads, atau media sosial lainnya, dilarang keras dan dapat mengakibatkan sanksi. Notaris juga tidak boleh mendistribusikan kartu nama secara umum atau dengan pola massal kepada publik yang tidak secara spesifik memintanya.

---

<sup>24</sup> France, *Règlement National du Notariat (Règlement Professionnel du Notariat - RPN)*.

<sup>25</sup> Rani Febriana, "Konsep Cyber Notary sebagai Upaya Perlindungan Konsumen" (Skripsi, UIN Jakarta, 2023), 101.

Hanya badan kenotariatan tingkat nasional seperti Conseil Supérieur du Notariat yang boleh mengiklankan layanan notaris secara umum untuk kepentingan profesi secara keseluruhan, bukan untuk promosi individual. Situs web notaris pribadi pun dilarang memuat banner, elemen iklan, atau konten promosi selain logo resmi profesi dan informasi administratif dasar. Ketentuan ini menekankan dengan kuat bahwa citra notariat sebagai institusi publik diutamakan jauh lebih tinggi daripada personal branding setiap notaris individual. Pendekatan ini konsisten dengan filosofi kenotariatan Latin yang mengutamakan kepentingan publik dan netralitas institusi.

#### **H. Perbandingan dengan Notaris dalam Sistem Common Law**

Perlu dicatat bahwa regulasi ketat mengenai promosi notaris dalam sistem kenotariatan Latin ini sangat berbeda dengan sistem common law seperti di Amerika Serikat, Inggris, dan Australia.<sup>26</sup> Di Amerika Serikat, Notary Public memiliki fungsi, peran, dan status yang sangat berbeda dengan notaris dalam sistem civil law. Notaris Common Law lebih bersifat administratif semata dan tidak memiliki monopoli atau kewenangan dominan dalam pembuatan akta otentik seperti halnya Notaris Latin. Perbedaan fundamental ini dalam peran dan fungsi mengakibatkan pendekatan yang sangat berbeda pula terhadap promosi profesional.

Di beberapa negara bagian Amerika Serikat, Notary Public diperbolehkan untuk beriklan dengan batasan tertentu, seperti larangan menggunakan istilah "Notario" atau "Notario Publico" yang dapat menyesatkan komunitas berbahasa Spanyol karena di Meksiko dan Amerika Latin, "Notario Publico" adalah seorang pengacara yang memiliki kewenangan jauh lebih besar.<sup>27</sup> Larangan ini dimaksudkan untuk mencegah praktik yang menyesatkan publik dan melindungi konsumen dari praktik bisnis yang tidak etis. Namun secara keseluruhan, sistem common law memiliki pendekatan yang lebih permisif terhadap iklan profesional dibandingkan sistem *civil law*.

#### **I. Implikasi Bagi Notaris Indonesia**

---

<sup>26</sup> M. Syarul Borman, "Kedudukan Notaris Sebagai Pejabat Umum," Jurnal Hukum dan Pembangunan Ekonomi 7, no. 2 (2019): 5-6.

<sup>27</sup> "States Cracking Down On Notary Advertising," National Notary Association, Juli 2012.

Singkatnya, dari perspektif internasional terbukti ada konsensus yang kuat bahwa notaris dalam sistem civil law dibatasi secara signifikan dalam mempromosikan diri pribadi mereka.<sup>28</sup> Negara-negara Eropa tradisional seperti Spanyol dan Prancis menerapkan aturan yang lebih ketat, melarang publikasi iklan yang bersifat komersial atau promosi dalam bentuk apa pun. Sementara di beberapa negara atau wilayah lainnya, notaris diperbolehkan hanya menyampaikan informasi edukatif atau formal seperti peta lokasi kantor, jam kerja, dan informasi kontak. Indonesia sebagai penganut sistem kenotariatan Latin harus konsisten dengan prinsip-prinsip internasional ini untuk mempertahankan kredibilitas dan standar profesional.

Oleh karena itu, notaris di Indonesia yang menganut sistem kenotariatan Latin harus memperhatikan dengan serius tren global dan standar internasional ini sebagai referensi perbandingan. Larangan promosi diri yang tercantum dalam Kode Etik Notaris Indonesia sejalan sempurna dengan praktik internasional yang menempatkan notaris sebagai pejabat publik yang harus menjaga martabat profesi dengan tidak melakukan iklan komersial apapun. Konsistensi dengan praktik internasional ini tidak hanya memperkuat legitimasi pengaturan di Indonesia, tetapi juga menempatkan Indonesia sebagai negara yang menghormati standar profesional internasional dalam kenotariatan.

## **J. Tantangan Era Digital dan Rekomendasi Prospektif**

Era digitalisasi dan transformasi digital membawa tantangan tersendiri yang signifikan bagi profesi notaris dalam hal personal branding dan komunikasi profesional.<sup>29</sup> Pertambahan jumlah notaris di Indonesia pada dekade terakhir pada akhirnya memicu persaingan yang semakin ketat untuk mendapatkan klien, yang mendorong beberapa notaris untuk eksis dan menonjol melakukan branding diri melalui media digital yang mudah diakses. Tantangan ini memerlukan respons yang tepat, konsisten, dan terintegrasi dari organisasi profesi

---

<sup>28</sup> Renaldi, "Perbandingan Publikasi dan Promosi Diri oleh Notaris di Indonesia dan Negara Lain," 1-15.

<sup>29</sup> Gatot Eko Yudhoyono dan Yunanto, "Peran Kode Etik Profesi Notaris dalam Menjaga Martabat Jabatannya sebagai Pejabat Umum," Notarius 18, no. 3 (2025): 1-12.

dan regulator agar dapat menjaga standar etika tanpa menghambat inovasi.

Meskipun demikian, pengawasan terhadap pelanggaran etika di ruang digital masih belum optimal, dan sistem sanksi yang ada belum memberikan efek jera yang signifikan terhadap notaris yang melanggar. Oleh karena itu, diperlukan penguatan sistem pengawasan dan penegakan sanksi yang lebih konsisten dan transparan untuk menjaga integritas notaris di era digital. Penguatan ini harus melibatkan semua pemangku kepentingan dalam profesi kenotariatan, termasuk Ikatan Notaris Indonesia, Majelis Pengawas Notaris, dan stakeholder terkait lainnya.

Beberapa rekomendasi praktis yang dapat dipertimbangkan oleh organisasi profesi dan pemerintah:

1. Pembaruan dan Klarifikasi Kode Etik Notaris - Perlu dilakukan evaluasi menyeluruh dan pembaruan pengaturan dalam Kode Etik Notaris agar penggunaan media sosial untuk edukasi hukum oleh notaris tetap sejalan dengan prinsip kehormatan dan integritas profesi yang ketat.<sup>30</sup> Pembaruan harus mempertimbangkan perkembangan teknologi digital yang sangat cepat dan kebutuhan masyarakat akan informasi hukum. Harus dibuat panduan operasional yang jelas tentang apa yang boleh dan tidak boleh dilakukan notaris di media sosial.
2. Penguatan Mekanisme Pengawasan - Dewan Kehormatan Notaris dan Majelis Pengawas Notaris perlu memperkuat mekanisme pengawasan yang lebih proaktif terhadap aktivitas notaris di media sosial dan platform digital lainnya.<sup>31</sup> Diperlukan investasi dalam training pengawas untuk memahami dinamika media sosial dan tanda-tanda promosi terselubung. Pengawasan yang efektif memerlukan sumber daya manusia dan kompetensi yang memadai serta modern.
3. Program Sosialisasi dan Pembinaan Berkelanjutan - Perlu dilakukan sosialisasi secara berkala dan komprehensif

---

<sup>30</sup> M. Vanessa Herman, "Makna Kehormatan Notaris Dalam Penggunaan Media Sosial" (Tesis Magister, Universitas Wiraraja, 2025).

<sup>31</sup> Cindy Kurniasari dan Aju Putrijanti, "Pelanggaran Pidana oleh Notaris: Urgensi Peningkatan Kesadaran dan Pemahaman Etika Profesi," *Inovasi* 4, no. 1 (2025): 627-640.

kepada para notaris mengenai batasan personal branding yang diperbolehkan dan yang dilarang dalam konteks era digital. Pembinaan yang berkelanjutan dan interaktif dapat mencegah pelanggaran etika. Workshop dan seminar etika profesi harus dijadwalkan secara regular.

Pengembangan Regulasi Teknis yang Spesifik - Diperlukan regulasi teknis yang lebih spesifik mengatur penggunaan media sosial dan platform digital oleh notaris, mengingat perkembangan teknologi yang sangat cepat dan terus berubah.<sup>73</sup> Regulasi teknis ini harus cukup detail namun fleksibel untuk dapat mengakomodasi perkembangan teknologi di masa depan. Panduan praktis tentang penggunaan LinkedIn, Instagram, TikTok, dan platform digital lainnya harus disusun.

## Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa personal branding notaris harus berada dalam koridor hukum dan etika profesi, di mana UUJN tidak mengatur promosi diri secara eksplisit namun memberi ruang bagi notaris membangun reputasi melalui penyuluhan hukum yang bersifat edukatif dan nonkomersial. Kode Etik Notaris secara tegas melarang segala bentuk promosi atau publikasi diri dengan mencantumkan jabatan notaris melalui media apa pun karena dianggap menurunkan martabat profesi dan menimbulkan persaingan tidak sehat. Pelanggaran terhadap larangan tersebut dapat dikenakan sanksi oleh Dewan Kehormatan INI maupun Majelis Pengawas Notaris, meskipun sanksi organisasi hanya berlaku pada keanggotaan dan tidak langsung mencabut jabatan. Di sisi lain, beberapa bentuk aktivitas branding tetap diperbolehkan sepanjang bersifat informatif dan edukatif, seperti penyuluhan hukum, seminar, publikasi artikel hukum, atau penggunaan identitas profesional tanpa menyertakan jabatan. Dengan demikian, upaya membangun citra profesional notaris harus dijalankan secara hati-hati dengan mematuhi UUJN, Kode Etik, serta menjaga integritas dan netralitas sebagai pejabat publik.

## Referensi

### Buku

Febriana, Rani. "Konsep Cyber Notary sebagai Upaya Perlindungan Konsumen." Skripsi, Universitas Islam Negeri Jakarta, 2023.

- Hendardini, Raden Roro Citra. "Notaris dan Personal Branding dalam Menjalankan Jabatan Notaris." Master's thesis, Universitas Indonesia, 2021.
- Herman, M. Vanessa. "Makna Kehormatan Notaris Dalam Penggunaan Media Sosial." Master's thesis, Universitas Wiraraja, 2025.
- Ikatan Notaris Indonesia. Kode Etik Notaris Hasil Perubahan KLB INI Banten 29–30 Mei 2015. Jakarta: Ikatan Notaris Indonesia.
- Marzuki, Peter Mahmud. Penelitian Hukum. Jakarta: Kencana, 2019.
- Soekanto, Soerjono, dan Sri Mamudji. Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2015.
- Tan, Thong Kie. Studi Notariat dan Serba-Serbi Praktek Notaris. Jakarta: PT Ichtiar Baru van Hoeve, 2007.

### Journal

- Abdillah, Maulana Farhan. "Etika Notaris Dalam Era Digital: Dampak Branding Diri Dalam Profesionalitas Notaris." Jatiswara 1, no. 1 (2025).  
<https://jatiswara.unram.ac.id/index.php/js/article/view/1171>.
- Akrabi, M. M. R. I. S. "Pemanfaatan Sosial Media oleh Notaris Sebagai Sarana Melaksanakan Kewenangan Notaris." UNES Law Review 6, no. 2 (2023). <https://review-unes.com/index.php/law/article/view/1237>.
- Borman, M. Syarul. "Kedudukan Notaris Sebagai Pejabat Umum." Jurnal Hukum dan Pembangunan Ekonomi 7, no. 2 (2019).
- Kristiawan, Y. "Penegakan Kode Etik Notaris Sebagai Upaya Menjaga Kehormatan dan Keluhuran Jabatan Notaris." Adil: Jurnal Hukum 13, no. 1 (2023).  
<https://doi.org/10.33476/ajl.v13i1.2085>.
- Kurniasari, Cindy, dan Aju Putrijanti. "Pelanggaran Pidana oleh Notaris: Urgensi Peningkatan Kesadaran dan Pemahaman Etika Profesi." Inovasi: Jurnal Penelitian Manajemen dan Bisnis 4, no. 1 (2025). <https://doi.org/10.55606/inovasi.v4i1.4236>.
- Noviyanti, Tri, dan Edith Ratna M. S. "Akibat Hukum Notaris Mempromosikan Diri di Sosial Media Instagram." Notarius: Jurnal Kenotariatan 15, no. 2 (2022).  
<https://ejournal.undip.ac.id/index.php/notarius/article/view/33674>.
- Nurarifah, Raden Ajeng Herning, dan Luqman Hakim. "Perlindungan Hukum Dari Negara Terhadap Notaris Yang

- Diakui Sebagai Officium Nobile.” *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial* 1, no. 9 (2024). <https://doi.org/10.5281/zenodo.11067821>.
- Ramadhaniko, Difqa Alvi, dan Kayus Kayowuan Lewoleba. “Tinjauan Yuridis Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Promosi Online oleh Notaris sebagai Pelanggaran Kode Etik.” *Media Hukum Indonesia* 3, no. 3 (2025).
- Renaldi, Fredy. “Perbandingan Publikasi dan Promosi Diri oleh Notaris di Indonesia dan Negara Lain.” *Swara Justisia: Jurnal Keadilan dan Hukum* 1, no. 1 (2024). <https://swarajustisia.unespadang.ac.id/index.php/UJSI/article/view/478>.
- Siahaan, Kevin Mikail. “Prohibition of Self-Promotion in the Notary Code of Ethics and Notary Position Law.” *Asian Journal of Education and Social Studies* 1, no. 1 (2024). <https://ajesh.ph/index.php/gp/article/download/492/696>.
- Yudhoyono, Gatot Eko, dan Yunanto. “Peran Kode Etik Profesi Notaris dalam Menjaga Martabat Jabatannya sebagai Pejabat Umum.” *Notarius: Jurnal Kenotariatan* 18, no. 3 (2025). <https://doi.org/10.14710/nts.v18i3.69433>.
- Yuniati, Sri, dan Sri Endah Wahyuningsih. “Mekanisme Pemberian Sanksi Terhadap Notaris Yang Melakukan Pelanggaran Kode Etik Jabatan Notaris.” *Jurnal Akta* 4, no. 4 (2017).

## Peraturan

- France. *Règlement National du Notariat (Règlement Professionnel du Notariat – RPN)*. Paris: Government Publishing Office.
- Indonesia. Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2004 tentang Jabatan Notaris (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2004 Nomor 117).
- Indonesia. Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2014 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2004 tentang Jabatan Notaris (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 3).
- Spain. *Notarial Regulations*. Article 71. Madrid: Government Publishing Office.
- Spain. *Notarial Association of Catalonia: Internal Regulations*. Article 24. Barcelona: Colegios de Notarios de Cataluña.