

ABSTRAK

Nama : Andriani
NPM : 2202022024
Program Studi : Magister Kenotariatan

Notaris merupakan pejabat umum yang merupakan salah satu profesi yang dilirik oleh kalangan dari jurusan ilmu hukum, karier notaris cukup dikenal banyak orang, setelah profesi dokter maupun pengacara. Profesi pejabat umum yang melekat pada notaris menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari tuntutan profesionalitas dan kewibawaan dalam menjalankan tugas dan fungsi jabatan notaris. Profesionalitas notaris dan wibawa yang melekat pada jabatan membuat promosi diri hanya dapat dilakukan berdasarkan ketentuan Undang-undang jabatan Notaris dan Kode Etik Notaris, namun dalam prakteknya masih terdapat beberapa oknum notaris yang menggunakan media sosial dengan pencantuman nama dan jabatan, sehingga perlu dibahas terkait bagaimanakah praktek konten media sosial notaris terhadap klausul persaingan usaha tidak sehat berdasarkan kode etik notaris di Indonesia? serta bagaimana bentuk edukasi antara Pemerintah dan organisasi Notaris pada konteks promosi diri notaris?

Guna menjawab pertanyaan diatas, penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis-normatif dengan merujuk pada peraturan perundang-undangan dan kode etik notari, sehingga menunjukkan bahwa publikasi atau promosi notaris yang diperbolehkan dalam Kode Etik Notaris, hanya pada papan nama notaris, serta dalam buku panduan berupa nomor telepon, fax, dan telex (*yellow page*) yang diterbitkan secara resmi oleh PT. Telkom dan atau instansi atau lembaga-lembaga resmi lainnya. Bentuk publikasi hanya diperbolehkan dalam media cetak yang diterbitkan dibawah pengawasan pemerintah.

Kata Kunci: Notaris, Kode Etik, Publikasi Diri, Media Sosial.

ABSTRACT

Nama : Andriani
NPM : 2202022024
Study Program : Master of Notary

A notary is a public official who is one of the professions sought after by those in the law department. Notary careers are quite well known to many people, after the professions of doctors and lawyers. The public official profession attached to a notary is an inseparable part of the demands for professionalism and authority in carrying out the duties and functions of the notary position.

The professionalism of a notary and the authority attached to the position mean that self-promotion can only be carried out based on the provisions of the Notary Position Law and the Notary Code of Ethics but in practice, there are still some notary individuals who use social media by including their name and position, so it is necessary to discuss how to practice this. notary social media content regarding unfair business competition clauses based on Indonesia's notary code of ethics? and what is the form of education between the Government and Notary organizations in the context of notary self-promotion?

To answer the question above, this research uses a juridical-normative approach by referring to statutory regulations and the notary's code of ethics, thus showing that notary publications or promotions are permitted in the Notary's Code of Ethics, only on the notary's nameplate, as well as in the guidebook in the form of a number. telephone, fax, and telex (yellow page) which PT officially publishes. Telkom or other official agencies or institutions. This form of promotion is only permitted in print media published under government supervision.

Keywords: Notary, Code of Ethics, Self-Publication, Social Media.