

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Notaris merupakan pejabat umum yang berwenang membuat akta-akta autentik. Notaris dikenal juga sebagai salah satu profesi yang banyak dilirik oleh para sarjana hukum karena profesi notaris dianggap sebagai profesi yang menjanjikan. Hal ini senada dengan pendapat Firdaus Akbar, Pengurus Pusat Ikatan Notaris Indonesia bahwa karir notaris cukup menjanjikan dan cukup dikenal banyak orang, setelah profesi dokter maupun pengacara.¹ Di Tahun 2024, jumlah notaris di Indonesia sudah mencapai 21.000 orang, dari total penduduk Indonesia yang mencapai sekitar 270 juta orang² dan Notaris aktif berjumlah 13.867.³

Mengingat profesi notaris banyak diminati, maka peningkatan pemahaman tentang promosi diri serta publikasi diri notaris harus ditingkatkan karena perkembangan teknologi saat ini, seringkali ditemukan notaris yang menggunakan media sosial sebagai media promosi diri dengan cara mencantumkan nama dan alamat, nomor telepon, fax, dan telex. Hal tersebut tidak sesuai dengan ketentuan yang diatur dalam Undang-Undang Jabatan Notaris dan Kode Etik Notaris, sehingga profesionalisme notaris dipertanyakan.

Data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tingkat pengguna internet Indonesia tahun 2024 mencapai 79,5 persen, menunjukkan peningkatan sebesar 1,31 persen dari tahun sebelumnya⁴ menegaskan bahwa Indonesia memiliki jumlah pengguna internet yang cukup tinggi⁵ yang penggunaan mayoritas internet sebagian besar digunakan untuk

¹Disampaikan dalam acara seminar internasional yang diselenggarakan oleh Universitas YARSI yang bekerjasama dengan Ikatan Notaris Indonesia (INI,30/04/2024) yang dihadiri oleh 500 peserta dan Sekretaris Umum INI

² <https://www.kompas.com/edu/read/2024/04/30/204249271/mahasiswa-pendidikan-notaris-butuh-waktu-15-tahun>

³ <https://www.ppatk.go.id/backend/assets/uploads/20211014131442.pdf>

⁴ <https://www.antaranews.com/berita/3979335/apjii-pengguna-internet-indonesia-tahun-2024-capai-795-persen>

⁵ <https://www.viva.co.id/digital/digilife/1712237-pengguna-internet-di-indonesia-tinggi-tapi-bukan-tanpa-masalah>

media sosial yakni 84,37%, mengakses berita 84,24%, hiburan 83,73%, informasi barang dan jasa 29,45%, pembelian barang dan jasa 28,52%, mengirim atau menerima email 17,66%, pembelajaran online 12,77%, finansial 10,99%, membuat konten 6,64%, penjualan barang dan jasa 5,28%, WFH 2,04%, Lainnya 6,35%.”⁶ Dengan peresentase pengguna internet berusia mulai dari 16 tahun hingga 64 tahun. Aplikasi yang paling tinggi tingkat penggunaanya yakni Whatsapp mayoritas 90,9%-nya tercatat memakai aplikasi tersebut, *Instagram* 85,3%, *Facebook* 81,6%, *Tiktok* 73,5%, *Telegram* 61,3%, Twitter (X)57,5%, *Facebook Messenger* 47,9%, *Pinterest* 34,2, *Kuaishou* 32,4% dan *Linkedin* 25%.

Dari data tersebut Instagram menjadi sebuah media sosial yang banyak digunakan sebagai media ekspresi, kreasi dan kreativitas. Sesuai dengan fungsi instagram sebagai salah satu media sosial yang digunakan untuk mengunggah atau membagikan foto dan video, dimana dalam foto dan video yang diunggah, pemilik akun dapat memberikan deskripsi, judul (dalam Instagram disebut “*caption*”) atau yang dikenal dengan istilah konten.. Penulisan deskripsi singkat atas foto yang diunggah dapat disertai dengan penggunaan kata kunci yang diawali dengan tanda tagar (*hashtag*) yang tujuannya untuk meningkatkan kepopuleran suatu akun, sehingga memudahkan pencarian.⁷

Sepanjang penelusuran penulis, terdapat beberapa oknum Notaris yang diduga melakukan publikasi dengan menggunakan tanda tagar (*hashtag*) #Notaris; #Jasanotaris; #PPAT, #Pejabatlelang, #Pejabatlelangkelas2 #notarissamarinda notaris yang mencantumkan alamat kantor, serta wilayah kerja notaris tersebut, serta akun yang mencantumkan pekerjaan lain yakni, *Certified Legal Auditor and Certified Tax Practitioner*, dan bahkan terdapat satu akun yang *Tagline* layaknya seorang beriklan “*Ingat notaris ingat fahri azmi*”. Selanjutnya, dengan melakukan pencarian dengan mengetik kata kunci yang diawali dengan tanda tagar tersebut, maka postingan-postingan tersebut

⁶ <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/01/11/mayoritas-anak-muda-indonesia-gunakan-internet-untuk-media-sosial>

⁷ Siti Kamilla. “*Inilah Fungsi Hashtag dan Cara Penggunaannya di Media Sosial*”, <https://review.bukalapak.com/techno/inilah-fungsi-hashtag-dan-cara-penggunannya-di-mediasosial-3522> diakses tanggal 29 Juli 2023.

dengan mudah akan mengarahkan pada akun-akun yang berkenaan dengan tanda tagar dengan dugaan tujuan untuk dikenal sebagai seorang notaris.

Terkait penggunaan media sosial *caption*, *hashtag*, *bio*, secara tidak langsung menjadi indikasi publikasi ataupun promosi diri Notaris melalui media elektronik sebagai bentuk “*branding name*”. *Branding name* dapat diartikan sebagai bagian dari promosi jasa yang dilakukan oleh notaris dengan konten yang berkedok untuk melakukan edukasi hukum terkhusus pada bidang kenotariatan melalui sosial media, terlebih aturan mengenai penggunaan media sosial serta kategori konten promosi yang dilakukan Notaris sebagai pejabat publik belum jelas pengaturannya baik dalam UUJN maupun kode Etik Notaris. Penggunaan media sosial yang kurang bijak juga disinyalir akan berdampak pada kode etik lainnya berupa persaingan usaha tidak sehat antar rekan sejawat.

Kode Etik Notaris, sebagaimana dimuat dalam Kode Etik Notaris, Pasal 4 ayat (3) “....Notaris dilarang melakukan publikasi, promosi diri sendiri maupun bersama-sama dengan mencantumkan nama dan jabatannya menggunakan sarana media, cetak, elektronik dalam bentuk: a) Iklan, ucapan selamat, ucapan belasungkawa, ucapan terimakasih, kegiatan pemasaran, kegiatan sponsor, baik dalam bidang sosial keagamaan, maupun olahraga”.⁸

Penggunaan instagram pribadi notaris menjadi suatu hal yang wajar namun berbeda halnya jika telah mencampur adukan ranah privat dan ranah publik. Penggunaan media sosial secara umum bertujuan ingin dikenali, menunjukkan pencapaian atau prestasi, sedangkan dalam hal sebagai pejabat umum dugaan tersebut dapat disebabkan karena kurangnya edukasi, pemaknaan klausul publikasi dan promosi diri dalam Kode Etik Notaris yang masih dapat diperdebatkan, profesi yang dijadikan sebagai bisnis serta tidak kurangnya batasan diri sebagai pejabat umum dan sebagai diri pribadi. Penggunaan media sosial yang bersifat promosi diri notaris dapat menyebabkan potensi pelanggaran Kode Etik Notaris.

⁸ Kode Etik Notaris, hlm 3

Fenomena pencantuman nama dan jabatan dalam *bio* instagram sebagaimana diuraikan diatas, juga berpotensi menyebabkan inefektifitas hukum dalam pelaksanaan Kode Etik Notaris. Namun, perkembangan media digital saat ini sulit dibatasi, sehingga menyebabkan promosi diri pribadi notaris menjadikannya sesuatu yang lumrah. Hal tersebut dapat dilihat melalui media sosial yang pembuatannya dapat dengan mudah digunakan serta memiliki jangkauan yang cukup luas yang menyebabkan pengawasannya lebih sulit dibandingkan jika menggunakan media konvensional seperti papan nama notaris sesuai ketentuan Kode Etik Notaris.

Promosi notaris yang diperbolehkan dalam Kode Etik Notaris hanya pada sebatas pemuatan nama dan alamat notaris dalam buku panduan nomor telepon, fax, dan telex (*yellow page*) yang diterbitkan secara resmi oleh PT. Telkom dan atau instansi atau lembaga- lembaga resmi lainnya pada media cetak yang diterbitkan di bawah pengawasan pemerintah.⁹

Dugaan terhadap adanya oknum notaris yang melakukan promosi diri melalui instagram karena luasnya cakupan instagram ini menjadikan oknum yang melakukan promosi diri dikenal lebih banyak oleh orang, sehingga berdampak pada wilayah kerja notaris. Wilayah kerja notaris merupakan suatu batasan notaris dalam menerima klien yang dapat berindikasi pada persaingan usaha tidak sehat antar notaris. Sebagaimana fenomena dipandang perlu adanya edukasi dari pemerintah dan organisasi Notaris terhadap penggunaan media digital, publikasi diri, batasan penggunaan media sosial kepada calon notaris yang merupakan cikal bakal notaris yang profesional dan berintegritas.

Kebaruan dari tesis ini merupakan kebaruan yang bersifat *improvement* yakni peningkatan dari prinsip penelitian sebelumnya. penelitian yang terkait judul penulis sebelumnya telah dikaji dalam Tesis oleh Anita Puti Herawati, Universitas Islam Indonesia pada tahun 2019 dengan judul Larangan Notaris Mempromosikan Diri melalui Internet Berdasarkan Undang-undang Jabatan Notaris dan Kode Etik Notaris”, kemudian penelitian selanjutnya oleh Putri

⁹ Kode Etik Notaris Pasal 5 ayat (2)

Widyasari, Universitas Gadjah Mada 2021 dengan judul Kajian Penggunaan Instagram Sebagai Media Promosi Diri Oleh Notaris Di Kabupaten Serang Ditinjau Dari Kode Etik Notaris, serta yang terakhir diterbitkan oleh Jurnal Multidisiplin Indonesia, Volume 1 No. 3 November yang ditulis oleh Williat Azzar pada Jurnal 2022, dengan judul penelitian “Peran Notaris Dalam Penyuluhan Hukum Sehubungan Pembuatan Akta Dengan Pembatasan Promosi Melalui Media Sosial.

Maka berdasarkan latar belakang tersebut penulis tertarik untuk menulis “Publikasi Media Sosial Notaris Dikaitkan Dengan Konten Promosi Diri Berdasarkan Kode Etik Notaris”

1.2. RUMUSAN MASALAH

Terkait dengan latar belakang tersebut peneliti memiliki pertanyaan yang dijadikan sebagai rumusan masalah serta batasan dalam penulisan ini, antara lain sebagai berikut:

- 1.2.1. Bagaimanakah praktek konten media sosial notaris terhadap klausul persaingan usaha tidak sehat berdasarkan kode etik notaris di Indonesia?
- 1.2.2. Bagaimana bentuk edukasi antara Pemerintah dan organisasi Notaris Indonesia pada konteks promosi diri notaris?

1.3.TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah yang penulis paparkan, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1.3.1 Menganalisis praktek konten media digital dan media sosial notaris terhadap klausul persaingan usaha tidak sehat berdasarkan kode etik notaris;
- 1.3.2 Menganalisis bentuk bentuk edukasi antara Pemerintah dan organisasi Notaris Indonesia pada konteks promosi diri notaris

1.4.MANFAAT PENELITIAN

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan pemahaman kepada pembaca terkait penggunaan media digital dan media sosial notaris dalam mengemban jabatan publik sehingga tidak melanggar UUJN serta Kode Etik Notaris.

1.4.2 Manfaat Praktis

1.4.2.1 Menambah wawasan peneliti serta para calon Notaris agar bijak menggunakan media digital dan media sosial sehingga tetap dapat menjaga sumpah Notaris, mematuhi UUJN, dan tetap pada koridor menjalankan Kode Etik Notaris.

1.4.2.2 Sebagai salah satu syarat kelulusan program Magister Kenotariatan Universitas YARSI.

1.5 KERANGKA KONSEP

Menurut Notoatmodjo, kerangka konsep adalah kerangka hubungan antara konsep-konsep yang akan diukur maupun diamati dalam suatu penelitian. Sebuah kerangka konsep haruslah dapat memperlihatkan hubungan antara variable-variabel yang akan diteliti.¹⁰ Penelitian ini akan memberikan bahasan tentang pengertian atas istilah terkait. Pembahasan tersebut diharapkan akan dapat membantu dalam menjawab pokok permasalahan usulan penelitian ini. Pembahasan tersebut yaitu :

1.5.1 Konten menurut KBBI merupakan informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik. Menurut menurut Simarmata (2011) Konten adalah pokok, tipe, atau unit dari informasi digital. Konten dapat berupa teks, citra, grafis, video, suara, dokumen, laporan-laporan dan lain-lain. Artinya, konten adalah semua hal yang dapat dikelola dalam format elektronik.

¹⁰<http://repository.poltekkes-denpasar.ac.id/>, (diakses pada diakses pada minggu 19 Maret 2023).

1.5.2 Publikasi menurut liliweri “publikasi adalah informasi yang dirancang untuk memperlihatkan, memperkenalkan, mempertahankan nama, dan kehormatan seseorang, kelompok, atau organisasi kepada khalayak dalam konteks tertentu melalui media dengan tujuan untuk menciptakan daya tarik khalayak”¹¹

1.5.3 Media Sosial menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah laman atau aplikasi yang memungkinkan pengguna dapat membuat dan berbagi isi atau terlibat dalam jaringan sosial. Menurut Ardiansah dan Maharani, media sosial merupakan sebuah sarana atau wadah digunakan untuk mempermudah interaksi diantara sesama pengguna dan mempunyai sifat komunikasi dua arah, media sosial juga sering digunakan untuk membangun citra diri atau profil seseorang, dan juga dapat dimanfaatkan oleh perusahaan sebagai media pemasaran. pemanfaatan media sosial sebagai media pemasaran dapat dengan upload foto ke akun media sosial seperti ke Instagram kemudian dapat dilihat oleh konsumen yang mengikuti akun Instagram tersebut¹²

1.5.4. Promosi Diri Promosi diri mengacu pada praktik yang dengan sengaja mencoba menampilkan diri sendiri sebagai orang yang sangat kompeten di hadapan orang lain. Ketika seseorang melakukan promosi diri, motivasi utama mereka adalah agar dianggap oleh orang lain sebagai orang yang cakap, cerdas, atau berbakat.¹³

1.5.5 Notaris Pengertian notaris dapat dilihat melalui undang-undang khusus yang mengatur tentang Notaris yaitu pasal 1 ayat (1) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2014 tentang Jabatan Notaris “.....Notaris adalah pejabat umum yang berwenang untuk membuat akta autentik dan memiliki

¹¹ Liliweri, Alo. 2014. *Sosiologi dan Komunikasi Organisasi*. PT Bumi Aksara. Jakarta

¹² Endrayati, Galuh 2023. Efektivitas Komunikasi Akun Instagram Dalam Menyebarluaskan Informasi Kepada Mahasiswa Prodi S1 Ilmu Komunikasi Fisip Uajy *e-jurnal.uajy.ac.id* Diakses Tgl 24 Desember 2023

¹³ <https://psychology.iresearchnet.com/social-psychology/self/self-promotion/>

kewenangan lainnya sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini atau berdasarkan undang-undang lainnya.”¹⁴

1.5.6 Kode Etik Notaris adalah aturan yang berisi pedoman dalam bertingkah laku dan berperan sebagai aturan yang harus ditaati serta diikuti oleh semua Notaris. berupa suatu sistem norma, nilai serta aturan profesi yang tegas menyatakan hal yang baik serta benar bagi Notaris. Pelanggaran kode etik adalah pelanggaran yang harus menerima konsekuensi sesuai dengan aturan yang berlaku berdasarkan peraturan Organisasi Ikatan Notaris Indonesia, konsekuensi ini berupa surat peringatan, hukuman, sanksi ataupun pemecatan.

1.6. METODE PENELITIAN

1.6.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif. Penelitian dalam hal ini seputar penggunaan media digital notaris dalam perspektif media sosial serta kaitannya terhadap promosi diri notaris pada Kode Etik Notaris.

1.6.2. Pendekatan Penelitian

Peneliti dalam penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis-normatif Dengan pendekatan terhadap peraturan undang-undang dan kode etik notaris.

1.6.3. Sumber Data

Penelitian ini menggunakan sumber penelitian yang berkaitan dengan adalah sebagai berikut:

1.6.3.1 Data Primer

Data primer yang digunakan dalam penelitian ini yakni terdiri atas peraturan perundang-undangan yang diurutkan berdasarkan hierarki peraturan

¹⁴ Iskandar Muda, 2021. Undang-Undang Jabatan Notaris, Perubahan dan Penjelasannya dalam Satu Naskah Beserta Putusan Mahkamah Konstitusi Terkait. *jurnalkonstitusi.mkri.id* hlm 5

perundang-undangan, catatan-catatan resmi atau risalah dalam pembuatan peraturan perundang-undangan. Adapun sumber primer yang dimaksud dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945;
2. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata;
3. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 2014 Tentang Perubahan Atas Undang Undang Nomor 30 Tahun 2004 Tentang Jabatan Notaris;
4. Undang-undang Republik Indonesia Nomor 5 tahun 1999 tentang Persaingan Usaha Tidak Sehat;
5. Keputusan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Nomor: M-OL.H.T.03.01 Tahun 2003 tentang Kenotarisan;
6. Keputusan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Nomor: M.39-PW.07.10 Tahun 2004 tentang Pedoman Pelaksanaan Tugas Majelis Pengawas Notaris
7. Kode Etik Notaris;
8. Perubahan Anggaran Dasar Ikatan Notaris Indonesia Kongres Luar Biasa Ikatan Notaris Indonesia Banten, 29-30 Mei 2015.
9. Peraturan Perkumpulan Ikatan Notaris Indonesia Nomor: 20/PERKUM/INI/2019 Tentang Tata Cara Pemberian Dan Penggunaan Poin.

1.6.3.2 . Data Sekunder

Sumber sekunder yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas informasi yang diperoleh melalui buku, jurnal hukum, pendapat para ahli yang berkaitan dengan penelitian ini.

1.6.3.3 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, penulis melakukan studi kepustakaan dari berbagai Undang-undang, buku, website, jurnal, dan sebagainya. Hal ini dilakukan untuk menganalisis data dari berbagai sumber yang dapat diperoleh secara langsung maupun tidak langsung (*internet*). Selain itu

Penulis akan mengumpulkan data lain dengan melakukan wawancara dengan notaris, Ikatan Notaris Indonesia, mengenai pembatasan penggunaan media elektronik dalam profesi notaris.

1.6.3.4 Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif setelah semua data sudah terkumpul kemudian akan diolah. Metode analisis data yang digunakan adalah metode kualitatif yaitu metode yang menganalisis terhadap data kualitatif yaitu data-data yang terdiri dari rangkaian kata-kata. Dengan menganalisis data yang telah terkumpul tersebut, kemudian diuraikan dan dihubungkan antara data yang satu dengan data yang lainnya secara sistematis, pada akhirnya disusun atau disajikan dalam bentuk penulisan hukum.

1.7 Sistematika Penulisan

Tesis ini disusun berdasarkan Pedoman Penulisan Tesis Fakultas Pascasarjana Prodi Magister Kenotariatan Tahun 2023 Universitas YARSI , dengan terbagi ke dalam lima bab. Masing-masing bab terdiri atas beberapa sub-bab untuk lebih memperjelas ruang lingkup dan cakupan permasalahan yang dibahas. Adapun urutan masing-masing bab serta pokok bahasannya sebagai berikut:

BAB 1 Pendahuluan

Bab ini merupakan bab pendahuluan yang berisi latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka konsep, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB 2 Tinjauan Pustaka

Bab ini akan membahas kajian pustaka yang terdiri Landasan Konseptual dan Landasan Teoritis dan kajian (*review*) studi terdahulu.

BAB 3 Pembahasan rumusan masalah 1

Bab Ketiga, Bab ini akan membahas dan menjelaskan mengenai keterkaitan penggunaan instagram notaris terhadap klausul persaingan

usaha tidak sehat yang dimaksud dalam UUJN pada Umumnya dan Kode Etik Notaris pada khususnya.

BAB 4 Pembahasan rumusan masalah 2

Bab Keempat, bab ini akan dibahas mengenai promosi diri notaris yang diperbolehkan serta larangan promosi diri serta upaya bentuk sosialisasi yang dilakukan oleh Ikatan Notaris Indonesia (INI) untuk menjaga keprofesionalitasan dan wibawa notaris berdasarkan Kode Etik Notaris

BAB 5 Penutup

Bab Kelima, Bab ini berisi kesimpulan yang menjawab rumusan masalah dan rekomendasi atau saran peneliti terhadap permasalahan yang dibahas pada bab-bab sebelumnya pada tesis ini.