

Akibat Hukum Bagi Pekerja yang Tidak Melaksanakan Employee Branding: Analisis Yuridis Terhadap Kewajiban dan Upaya Hukum

Pricelia Anggita Togatorop¹, Mega Dewi Ambarwati²

Program Studi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya^{1,2}

E-mail: Anggitapricelia@gmail.com¹, Megadewi@untag-sby.ac.id²

Abstract: Employee branding adalah pendekatan yang digunakan perusahaan untuk menciptakan citra positif melalui tindak tanduk dan prestasi karyawan. Penelitian ini mengeksplorasi konsekuensi hukum bagi karyawan yang tidak menerapkan employee branding, peraturan hukum yang berlaku, serta langkah-langkah hukum yang dapat diambil. Metodologi penelitian mengadopsi pendekatan yuridis normatif dengan menganalisis undang-undang dan studi kasus. Temuan penelitian menunjukkan bahwa pelanggaran terhadap employee branding dapat berujung pada sanksi, mulai dari peringatan hingga pemutusan hubungan kerja (PHK). Landasan hukumnya meliputi UU Ketenagakerjaan, peraturan perusahaan, serta kontrak kerja. Langkah hukum yang dapat dilakukan mencakup mediasi, arbitrase, dan pengajuan gugatan ke Pengadilan Hubungan Industrial.

Abstract: *Employee branding is a corporate approach to create a positive image through employee behavior and performance. This study examines the legal implications for employees who fail to apply employee branding, the legal frameworks that regulate it, and the legal actions that can be pursued. The research employs a normative juridical method with an analysis of laws and case studies. Findings indicate that violations of employee branding may lead to penalties ranging from warnings to dismissal. The legal grounds cover Labor Law, company policies, and employment contracts. Available legal actions include mediation, arbitration, and lawsuits in the Industrial Relations Court.*

Article History

Received: June 15, 2025

Revised: June 22, 2025

Published: June 28, 2025

Kata kunci:

Employee Branding, Konsekuensi Hukum, Karyawan, Hubungan Industrial, Sanksi

Keywords:

Employee Branding, Legal Implications, Employees, Industrial Relations, Penalties



<https://doi.org/10.5281/zenodo.15783168>

This is an open-access article under the [CC-BY-SA License](#).



PENDAHULUAN

Era digital secara fundamental mengubah paradigma pemasaran perusahaan yang telah berkembang menjadi duta merek dengan peran strategis dalam membangun dan memelihara panggilan perusahaan, serta dilihat sebagai pelaksanaan tugas operasional. Konsep branding karyawan, yang mengintegrasikan karyawan sebagai bagian integral dari strategi branding perusahaan, telah menjadi semakin semakin dalam dunia bisnis modern, terutama dalam konteks persaingan global yang semakin keras. Namun, implementasi pemadam kebakaran karyawan dalam praktik ketenagakerjaan menciptakan kompleksitas hukum, yang tidak sepenuhnya komprehensif dalam sistem perburuhan Indonesia.

Ketika karyawan tidak melepaskan atau secara eksplisit menolak kewajiban perusahaan, banyak pertanyaan dasar muncul yang diperlukan dalam studi depot penelitian. Pertanyaan -pertanyaan ini termasuk spektrum luas mulai dari efek hukum yang dapat disebabkan oleh status relai hingga mekanisme perlindungan hukum yang tersedia untuk karyawan. Dengan pengembangan teknologi informasi dan media sosial, fenomena ini menjadi semakin penting bahwa setiap orang, termasuk karyawan, dapat menjadi pemimpin dan opini yang dapat mempengaruhi persepsi publik dari perusahaan tempat mereka bekerja. Employee branding merupakan strategi perusahaan yang menempatkan karyawan sebagai representasi utama citra perusahaan di mata publik. Dalam praktiknya, employee branding tidak hanya sekedar menuntut karyawan untuk menjalankan tugas operasional secara profesional, tetapi juga menuntut mereka untuk menampilkan perilaku, komunikasi, dan sikap yang sejalan dengan nilai-nilai dan identitas perusahaan.

Dengan berkembangnya era digital dan media sosial, peran karyawan sebagai duta merek perusahaan semakin vital, karena perilaku mereka, baik di dalam maupun di luar lingkungan kerja,

dapat secara langsung memengaruhi persepsi publik terhadap perusahaan tempat mereka bekerja. Namun, di sisi lain, implementasi employee branding juga menimbulkan sejumlah persoalan hukum, terutama ketika karyawan tidak melaksanakan kewajiban tersebut sebagaimana mestinya.

Ketika seorang karyawan tidak melaksanakan employee branding, konsekuensi hukum yang dihadapinya cukup beragam dan dapat sangat bergantung pada tingkat pelanggaran yang dilakukan. Pada tahap awal, pelanggaran terhadap employee branding biasanya akan dikenakan sanksi disiplin. Sanksi ini merupakan bentuk tindakan korektif yang diberikan oleh perusahaan kepada karyawan yang tidak mematuhi kebijakan atau tata tertib perusahaan. Dalam konteks employee branding, pelanggaran dapat berupa perilaku yang tidak sesuai dengan nilai-nilai perusahaan, penggunaan media sosial yang merugikan citra perusahaan, atau tindakan yang mencemarkan nama baik organisasi. Jika pelanggaran yang dilakukan masih tergolong ringan, misalnya baru pertama kali terjadi atau dampaknya tidak terlalu signifikan terhadap reputasi perusahaan, maka sanksi yang diberikan biasanya berupa teguran lisan. Teguran ini diberikan oleh atasan langsung kepada karyawan sebagai upaya agar karyawan menyadari kesalahannya dan tidak mengulangnya di kemudian hari.

Namun, apabila pelanggaran tersebut diulang atau dampaknya semakin besar, perusahaan dapat meningkatkan sanksi menjadi teguran tertulis. Teguran tertulis ini akan dicatat dalam berkas personalia karyawan dan dapat dijadikan pertimbangan dalam evaluasi kinerja berikutnya. Selain itu, perusahaan juga dapat mengeluarkan pernyataan ketidakpuasan secara tertulis kepada karyawan, sebagai bentuk komunikasi resmi bahwa perilaku atau kinerja karyawan tersebut tidak sesuai dengan standar employee branding yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Sanksi disiplin yang lebih berat dapat diberikan apabila pelanggaran yang dilakukan semakin serius atau terjadi berulang kali. Misalnya, perusahaan dapat menunda kenaikan gaji karyawan, menurunkan gaji untuk jangka waktu tertentu, atau menunda kenaikan pangkat. Penundaan kenaikan gaji merupakan sanksi yang berdampak langsung pada remunerasi karyawan, sedangkan penurunan gaji dan penundaan kenaikan pangkat akan mempengaruhi kesejahteraan dan perkembangan karir karyawan dalam jangka panjang.

Pada kasus pelanggaran yang sangat serius, di mana perilaku karyawan menimbulkan ancaman signifikan terhadap reputasi dan kepentingan perusahaan, sanksi yang dijatuhkan bisa berupa penurunan jabatan, pembebasan dari tugas tertentu, hingga pemutusan hubungan kerja (PHK). Penurunan jabatan biasanya dilakukan untuk jangka waktu tertentu, misalnya satu tahun, dan bertujuan untuk memberikan efek jera serta kesempatan bagi karyawan untuk memperbaiki perilakunya. Pembebasan dari tugas tertentu berarti karyawan kehilangan posisi atau tanggung jawab khusus, meskipun masih tetap menjadi bagian dari perusahaan. Sementara itu, PHK merupakan konsekuensi hukum paling berat dan dapat dilakukan apabila karyawan terbukti melakukan pelanggaran berat yang merugikan perusahaan, seperti membocorkan rahasia perusahaan, bertindak bertentangan dengan nilai-nilai perusahaan secara berulang, atau melakukan tindakan yang mencemarkan nama baik perusahaan di ruang publik, termasuk di media sosial.

Dalam Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan, khususnya Pasal 158, dijelaskan bahwa PHK dapat dilakukan tanpa kewajiban membayar pesangon, penghargaan masa kerja, atau penggantian hak apabila pelanggaran yang dilakukan oleh karyawan tergolong berat dan merugikan perusahaan. Contoh pelanggaran berat dalam konteks employee branding antara lain menyebarkan informasi negatif tentang perusahaan di media sosial, membocorkan informasi rahasia kepada pihak luar, atau melakukan tindakan yang secara langsung merusak reputasi perusahaan di mata publik. Dalam situasi seperti ini, perusahaan memiliki hak untuk memberhentikan karyawan tanpa memberikan kompensasi sebagaimana biasanya diberikan dalam kasus PHK yang tidak disebabkan oleh pelanggaran berat.

Selain sanksi disiplin dan PHK, karyawan yang gagal melaksanakan employee branding dan menyebabkan kerugian materiil bagi perusahaan juga dapat dikenai kewajiban membayar ganti rugi. Dasar hukum untuk tuntutan ganti rugi ini adalah Pasal 1365 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata tentang perbuatan melawan hukum. Dalam hal ini, perusahaan harus dapat membuktikan bahwa tindakan karyawan secara langsung menyebabkan kerugian, baik berupa kerugian finansial, hilangnya kepercayaan pelanggan, atau kerusakan reputasi yang berdampak pada bisnis perusahaan. Tuntutan ganti rugi ini biasanya diajukan melalui proses hukum apabila upaya penyelesaian internal tidak membuahkan hasil.

Landasan hukum yang mengatur kewajiban employee branding tidak hanya terdapat dalam Undang-Undang Ketenagakerjaan, tetapi juga dalam peraturan perusahaan dan perjanjian kerja bersama. Pasal 104 UU Ketenagakerjaan menegaskan bahwa setiap pekerja wajib melaksanakan pekerjaan sesuai dengan perjanjian kerja, tata tertib perusahaan, dan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Dalam konteks employee branding, kewajiban ini mencakup perilaku, sikap, dan komunikasi yang harus ditunjukkan oleh karyawan sebagai representasi perusahaan. Tata tertib perusahaan biasanya memuat aturan-aturan tentang penampilan, perilaku, dan cara berinteraksi yang mencerminkan citra perusahaan. Karyawan yang tidak mematuhi tata tertib tersebut dapat dianggap tidak mendukung upaya perusahaan dalam membangun dan mempertahankan citra positif di mata publik.

Selain itu, peraturan perusahaan yang wajib dibuat oleh setiap perusahaan berdasarkan Pasal 108 UU Ketenagakerjaan juga menjadi landasan hukum penting dalam pengaturan employee branding. Peraturan perusahaan harus memuat hak dan kewajiban pengusaha dan pekerja, syarat kerja, tata tertib, serta jangka waktu berlakunya peraturan tersebut. Dalam peraturan ini, perusahaan dapat secara spesifik mencantumkan standar perilaku, etika, dan komunikasi yang harus dipatuhi oleh karyawan sebagai bagian dari strategi employee branding. Dengan demikian, setiap pelanggaran terhadap ketentuan ini dapat dijadikan dasar untuk memberikan sanksi kepada karyawan yang bersangkutan.

Perjanjian kerja, baik yang bersifat individual maupun kolektif (perjanjian kerja bersama), juga dapat memuat klausul mengenai kewajiban employee branding. Pasal 52 UU Ketenagakerjaan menyatakan bahwa perjanjian kerja dibuat atas dasar kesepakatan kedua belah pihak, sehingga perusahaan dapat memasukkan klausul yang mewajibkan karyawan untuk menjaga citra perusahaan, mematuhi kode etik, dan berperilaku sesuai dengan standar yang telah ditetapkan. Klausul ini bersifat mengikat dan dapat dijadikan dasar hukum bagi perusahaan untuk menegakkan disiplin dan memberikan sanksi apabila terjadi pelanggaran.

Dalam hal terjadi sengketa terkait employee branding, upaya hukum yang dapat ditempuh oleh pihak-pihak yang bersengketa telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2004 tentang Penyelesaian Perselisihan Hubungan Industrial. Tahap awal penyelesaian sengketa dilakukan melalui perundingan bipartit, yaitu perundingan langsung antara pekerja dan perusahaan tanpa melibatkan pihak ketiga. Proses bipartit ini bertujuan untuk mencapai kesepakatan yang saling menguntungkan, seperti memberikan kesempatan kedua kepada karyawan untuk memperbaiki perilaku, memberikan pelatihan tambahan mengenai employee branding, atau menetapkan tujuan khusus yang harus dipenuhi oleh karyawan untuk menunjukkan komitmennya terhadap citra perusahaan. Penyelesaian bipartit memiliki keunggulan berupa proses yang lebih cepat, biaya yang lebih rendah, dan tetap menjaga hubungan baik antara pekerja dan perusahaan. Namun, apabila dalam waktu 30 hari kerja tidak tercapai kesepakatan, maka sengketa dapat dilanjutkan ke tahap tripartit.

Penyelesaian tripartit melibatkan pihak ketiga, yaitu mediator, konsiliator, atau arbiter. Mediasi dilakukan oleh mediator netral dari lembaga pemerintah yang membantu pihak-pihak yang bersengketa untuk menemukan solusi yang tepat. Dalam kasus employee branding, mediator dapat membantu merumuskan solusi seperti pelatihan ulang, penetapan standar perilaku yang lebih jelas, atau penyesuaian deskripsi pekerjaan yang lebih rinci terkait tanggung jawab employee branding. Konsiliasi dilakukan oleh konsiliator dari sektor non-pemerintah yang berwenang memberikan rekomendasi tertulis kepada pihak-pihak yang bersengketa. Dalam konteks employee branding, konsiliator dapat memberikan saran mengenai standar perilaku yang seharusnya diterapkan oleh karyawan atau memberikan solusi yang dapat diterima oleh kedua belah pihak. Arbitrase merupakan proses penyelesaian sengketa melalui arbiter yang memberikan keputusan final dan mengikat. Arbitrase biasanya dipilih apabila kedua belah pihak menginginkan penyelesaian yang cepat dan final tanpa melalui proses pengadilan.

Apabila upaya bipartit dan tripartit tidak membuahkan hasil, sengketa employee branding dapat diajukan ke Pengadilan Hubungan Industrial (PHI). PHI berwenang menyelesaikan perselisihan hubungan industrial, termasuk yang berkaitan dengan pelanggaran kewajiban karyawan dalam melaksanakan employee branding. Proses di PHI bersifat formal dan mengikat secara hukum. Putusan PHI dapat berupa perintah pemulihan hubungan kerja, penggantian kerugian, atau pengesahan PHK sesuai dengan fakta dan bukti yang diajukan dalam persidangan.

Secara keseluruhan, employee branding menuntut karyawan untuk tidak hanya bekerja secara profesional, tetapi juga menjadi duta merek yang dapat meningkatkan reputasi perusahaan.

Ketidakpatuhan terhadap kewajiban ini dapat menimbulkan konsekuensi hukum yang serius, mulai dari sanksi disiplin, pemutusan hubungan kerja, hingga tuntutan ganti rugi. Landasan hukum yang mengatur employee branding cukup jelas, meskipun belum diatur secara spesifik dalam satu regulasi tersendiri. Perusahaan dapat mengatur kewajiban employee branding secara rinci dalam peraturan perusahaan dan perjanjian kerja, serta menegakkan disiplin melalui mekanisme penyelesaian sengketa yang telah diatur dalam perundang-undangan.

Dengan demikian, baik perusahaan maupun karyawan memiliki kepastian hukum dalam menjalankan hak dan kewajibannya terkait employee branding, serta dapat menyelesaikan setiap sengketa yang timbul secara adil dan proporsional sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku. Dalam konteks ini, batas antara kehidupan pribadi dan profesional menjadi semakin kabur, yang mengarah pada dilema etika dan hukum yang kompleks.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode yuridis normatif dengan pendekatan peraturan perundang-undangan (statute approach) dan pendekatan konseptual (conceptual approach). Data yang digunakan adalah data sekunder berupa bahan hukum primer, sekunder, dan tersier. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi kepustakaan, sedangkan analisis data menggunakan analisis kualitatif dengan metode deskriptif analitis.

HASIL DAN DISKUSI

Akibat Hukum Bagi Pekerja Yang Tidak Melaksanakan Employee Branding

1. Sanksi Disiplin

Menurut Pasal 161 UU Ketenagakerjaan, pekerja yang gagal menerapkan employee branding dapat menghadapi sanksi disiplin. Sanksi disiplin adalah jenis tindakan korektif yang diberikan pengusaha kepada karyawan yang tidak mematuhi kebijakan perusahaan. Dalam konteks employee branding, pelanggaran dapat berupa ketidaksesuaian perilaku dengan nilai-nilai perusahaan, penggunaan media sosial yang merugikan citra perusahaan, atau tindakan yang mencemarkan nama baik organisasi.

Pelanggar yang baru pertama kali melakukan pelanggaran atau mereka yang kesalahannya tidak terlalu berdampak pada reputasi perusahaan akan dikenai hukuman ringan. Teguran lisan adalah jenis peringatan lisan yang diberikan oleh atasan langsung kepada karyawan agar mereka menyadari kesalahan mereka. Peringatan formal dalam bentuk teguran tertulis dicatat dalam berkas personalia karyawan untuk dipertimbangkan dalam tinjauan kinerja berikutnya. Jenis disiplin yang lebih formal adalah pernyataan ketidakpuasan secara tertulis, di mana perusahaan mengkomunikasikan ketidaksenangan terhadap kinerja atau perilaku karyawan yang menyimpang dari standar-standar employee branding yang telah ditetapkan.

Sanksi sedang diterapkan untuk pelanggaran yang lebih serius atau pengulangan pelanggaran sebelumnya. Penundaan kenaikan gaji adalah sanksi yang memiliki dampak moneter langsung terhadap remunerasi pekerja, di mana pekerja tidak akan mendapatkan kenaikan gaji yang seharusnya sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Penurunan gaji sebesar satu langkah untuk jangka waktu tidak lebih dari enam bulan merupakan hukuman yang lebih berat, di mana pekerja akan mengalami penurunan pendapatan dalam jangka waktu tertentu sebagai sanksi atas kesalahan yang dilakukan. Penundaan kenaikan pangkat selama satu tahun akan mempengaruhi karir karyawan dalam jangka panjang, karena akan berdampak pada pekerjaan dan posisi yang dapat dicapai karyawan di masa depan.

Sanksi berat adalah pelanggaran yang menimbulkan ancaman signifikan terhadap reputasi dan kepentingan perusahaan. Pekerja dalam organisasi dapat dikenai sanksi dengan diturunkan jabatannya ke tingkat yang lebih rendah hingga satu tahun, yang mempengaruhi status dan prestise mereka. Dibebaskan dari kantor yang berarti pekerja akan kehilangan posisi atau tanggung jawab khusus, meskipun ia masih menjadi karyawan perusahaan. Pemberhentian dengan hormat bukan atas inisiatif sendiri merupakan bentuk PHK yang tetap memberikan hak-hak karyawan sesuai dengan ketentuan hukum, sedangkan pemberhentian dengan tidak hormat merupakan sanksi berat yang dapat diberikan kepada karyawan, di mana karyawan tidak berhak atas pesangon dan tunjangan lainnya yang biasanya diberikan pada PHK biasa.

2. Pemutusan Hubungan Kerja (PHK)

Konsekuensi hukum yang paling berat bagi pekerja adalah pemutusan hubungan kerja. Pasal 158 UU Ketenagakerjaan mengizinkan pemutusan hubungan kerja dalam beberapa kondisi yang terkait dengan pelanggaran employee branding. Seorang pekerja dapat diberhentikan karena pelanggaran berat jika mereka terlibat dalam perilaku yang sangat merusak reputasi perusahaan, seperti membocorkan informasi rahasia, bertindak bertentangan dengan nilai-nilai perusahaan, atau mengeksploitasi posisi mereka untuk merusak kepentingan perusahaan.

Dalam konteks employee branding, ketidakmampuan pekerja untuk melaksanakan tanggung jawab mereka secara efektif ditandai dengan ketidakmampuan yang terus-menerus untuk menunjukkan perilaku yang selaras dengan citra perusahaan yang diinginkan. Kesulitan untuk terhubung dengan konsumen atau mitra bisnis dengan cara yang mempromosikan citra positif perusahaan, kegagalan untuk menjaga penampilan sesuai dengan standar perusahaan, atau kesulitan untuk berkomunikasi dengan cara yang mencerminkan prinsip-prinsip perusahaan adalah beberapa contohnya.

Perusakan citra dan reputasi perusahaan merupakan pelanggaran yang sangat serius dalam konteks employee branding. Hal ini dapat terjadi melalui beberapa cara, seperti memposting informasi negatif tentang perusahaan di media sosial, menyebarkan informasi yang tidak menguntungkan tentang perusahaan kepada pihak lain, atau ikut serta dalam tindakan yang dapat dikaitkan dengan perusahaan dan merusak reputasinya. Menurut Pasal 158 ayat (1) UU Ketenagakerjaan, pemutusan hubungan kerja dalam situasi seperti ini dapat dilakukan tanpa adanya pembayaran uang pesangon, uang penghargaan masa kerja, atau uang penggantian hak.

3. Ganti Rugi

Karyawan yang gagal menerapkan employee branding dan menyebabkan kerugian bagi bisnis dapat diperintahkan untuk membayar ganti rugi. Pasal 1365 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata tentang perbuatan melawan hukum menjadi dasar untuk hal ini.

Aturan Hukum Yang Mengatur Kewajiban Employee Branding

1. Undang-Undang Ketenagakerjaan

Pasal 104 Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan merupakan landasan hukum utama yang mengatur kewajiban pekerja dalam hubungan kerja. Dalam konteks employee branding, beberapa kewajiban yang tercantum dalam pasal ini memiliki relevansi langsung. Kewajiban untuk melaksanakan pekerjaan sesuai dengan perjanjian kerja mencakup tidak hanya aspek teknis pekerjaan, tetapi juga perilaku dan sikap yang harus ditunjukkan pekerja sebagai representasi perusahaan. Hal ini berarti pekerja harus menampilkan diri sesuai dengan standar profesional dan nilai-nilai yang telah disepakati dalam perjanjian kerja.

Kewajiban mematuhi tata tertib perusahaan sangat relevan dengan employee branding karena tata tertib biasanya mencakup aturan-aturan tentang penampilan, perilaku, dan cara berinteraksi yang mencerminkan citra perusahaan. Pekerja yang tidak mematuhi tata tertib ini dapat dianggap tidak mendukung upaya perusahaan dalam membangun dan mempertahankan citra positif. Kewajiban mematuhi peraturan perundang-undangan juga berkaitan dengan employee branding dalam hal pekerja harus menghindari tindakan yang dapat merugikan perusahaan secara hukum.

Kewajiban melaksanakan pekerjaan sesuai dengan instruksi atasan mencakup arahan-arahan terkait dengan cara pekerja harus berperilaku dan menampilkan diri sebagai bagian dari strategi employee branding perusahaan. Kewajiban menjaga kerahasiaan perusahaan sangat penting dalam era digital ini, di mana informasi internal perusahaan dapat dengan mudah tersebar dan mempengaruhi citra perusahaan. Terakhir, kewajiban menjaga nama baik perusahaan merupakan inti dari employee branding, di mana setiap pekerja diharapkan untuk bertindak sebagai duta perusahaan yang dapat meningkatkan reputasi dan citra positif organisasi.

2. Peraturan Perusahaan dan Perjanjian Kerja Bersama

Berdasarkan Pasal 108 UU Ketenagakerjaan, setiap perusahaan wajib membuat peraturan perusahaan yang memuat ketentuan mengenai:

- Hak dan kewajiban pengusaha
- Hak dan kewajiban pekerja/buruh
- Syarat kerja
- Tata tertib perusahaan

e. Jangka waktu berlakunya peraturan perusahaan

Lebih lanjut, tata tertib perusahaan juga menjadi instrumen penting yang mengatur secara rinci perilaku dan sikap yang diharapkan dari setiap pekerja. Tata tertib ini biasanya dituangkan dalam peraturan perusahaan yang wajib disusun oleh setiap perusahaan sesuai dengan Pasal 108 Undang-Undang Ketenagakerjaan. Dalam peraturan perusahaan, diatur berbagai aspek mulai dari hak dan kewajiban pekerja, syarat kerja, tata tertib, hingga sanksi atas pelanggaran. Standar employee branding dapat dituangkan secara eksplisit dalam peraturan ini, seperti aturan mengenai penampilan, etika berkomunikasi, penggunaan media sosial, hingga larangan menyebarkan informasi yang dapat merugikan citra perusahaan. Dengan adanya peraturan perusahaan yang jelas, pekerja memiliki pedoman konkret mengenai perilaku yang diharapkan, sementara perusahaan memiliki dasar hukum yang kuat untuk menegakkan disiplin dan memberikan sanksi jika terjadi pelanggaran.

Selain peraturan perusahaan, perjanjian kerja bersama (PKB) juga menjadi dasar hukum yang sangat penting dalam mengatur kewajiban employee branding. PKB adalah hasil perundingan antara serikat pekerja dan pengusaha yang memuat kesepakatan tentang hak dan kewajiban kedua belah pihak. Dalam PKB, klausul mengenai employee branding dapat diatur secara spesifik, misalnya kewajiban pekerja untuk menjaga nama baik perusahaan, mematuhi kode etik, serta berperilaku sebagai duta perusahaan di lingkungan internal maupun eksternal. Keberadaan klausul ini tidak hanya memperkuat posisi hukum perusahaan dalam menegakkan employee branding, tetapi juga memberikan perlindungan bagi pekerja agar hak-haknya tetap terjaga selama pelaksanaan kewajiban tersebut.

Kontrak kerja individual juga memegang peranan penting dalam mengatur kewajiban employee branding. Dalam Pasal 52 Undang-Undang Ketenagakerjaan, ditegaskan bahwa perjanjian kerja dibuat atas dasar kesepakatan kedua belah pihak. Dengan demikian, perusahaan dapat memasukkan klausul khusus yang mewajibkan pekerja untuk melaksanakan employee branding, menjaga citra perusahaan, serta mematuhi kode etik dan standar perilaku yang telah ditetapkan. Klausul ini bersifat mengikat dan menjadi dasar hukum bagi perusahaan untuk memberikan sanksi jika pekerja melanggar ketentuan tersebut.

Di samping itu, Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata), khususnya Pasal 1365 tentang perbuatan melawan hukum, juga dapat dijadikan dasar hukum dalam kasus di mana pelanggaran employee branding oleh pekerja menyebabkan kerugian materiil atau immateriil bagi perusahaan. Dalam hal ini, perusahaan dapat menuntut ganti rugi kepada pekerja yang terbukti melakukan tindakan yang merugikan citra atau reputasi perusahaan, misalnya dengan menyebarkan informasi negatif atau rahasia perusahaan kepada pihak luar.

Tidak kalah penting, perkembangan teknologi informasi dan media sosial juga memunculkan tantangan baru dalam implementasi employee branding. Oleh karena itu, banyak perusahaan yang kini menambahkan kebijakan internal terkait penggunaan media sosial dan perilaku digital karyawan sebagai bagian dari upaya menjaga citra perusahaan. Kebijakan ini biasanya dituangkan dalam bentuk pedoman perilaku (code of conduct) yang bersifat mengikat bagi seluruh karyawan. Pedoman ini mengatur batasan-batasan perilaku di dunia maya, larangan menyebarkan konten negatif tentang perusahaan, serta kewajiban untuk menjaga kerahasiaan informasi perusahaan di platform digital.

Dengan demikian, meskipun belum ada regulasi khusus yang secara eksplisit mengatur employee branding, namun berbagai perangkat hukum yang ada telah memberikan landasan yang cukup kuat untuk menegakkan kewajiban tersebut. Perusahaan dan pekerja diharapkan dapat memahami dan melaksanakan ketentuan-ketentuan yang berlaku secara proporsional, sehingga tercipta hubungan industrial yang harmonis dan produktif. Implementasi employee branding yang efektif tidak hanya bergantung pada ketegasan aturan, tetapi juga pada komunikasi yang baik, pelatihan yang berkelanjutan, serta komitmen bersama untuk menjaga nama baik dan reputasi perusahaan di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat.

Upaya Hukum Dalam Penyelesaian Sengketa Employee Branding

1. Penyelesaian Melalui Bipartit

Penyelesaian secara bipartit, sebagaimana diatur dalam Pasal 3 Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2004 tentang Penyelesaian Perselisihan Hubungan Industrial, merupakan tahap pertama dan wajib ditempuh dalam penyelesaian perselisihan hubungan industrial. Penyelesaian perselisihan secara

bipartit terkait pencitraan karyawan dilakukan melalui perundingan langsung antara pekerja dan perusahaan, tanpa melibatkan pihak ketiga. Melalui diskusi yang konstruktif dan terbuka, proses ini bertujuan untuk mencari solusi yang dapat diterima oleh kedua belah pihak.

Penyelesaian bipartit menawarkan beberapa manfaat, seperti proses yang lebih cepat, biaya yang lebih rendah, dan menjaga hubungan positif antara pekerja dan perusahaan. Dalam hal pelanggaran employee branding, diskusi dua pihak dapat menghasilkan kesepakatan seperti menawarkan kesempatan kedua kepada pekerja untuk memperbaiki perilaku mereka, memberikan instruksi tambahan mengenai employee branding, atau menetapkan tujuan khusus yang harus dipenuhi oleh pekerja untuk menunjukkan dedikasi mereka terhadap citra perusahaan.

Durasi maksimum dari periode penyelesaian bipartit adalah 30 hari kerja, dimulai dari tanggal perundingan dimulai. Jika kesepakatan tercapai dalam jangka waktu tersebut, maka para pihak harus menandatangani perjanjian bersama yang harus didaftarkan ke instansi ketenagakerjaan setempat. Jika kesepakatan tidak tercapai, salah satu atau kedua belah pihak dapat meningkatkan perselisihan ke tahap tripartit dengan mendaftarkannya ke instansi di bidang ketenagakerjaan.

2. Penyelesaian Melalui Tripartit

Penyelesaian tripartit terjadi ketika upaya bipartit gagal mencapai kesepakatan. Terdapat tiga metode penyelesaian tripartit yang dapat dipilih oleh pihak-pihak terlibat, yaitu mediasi, konsiliasi, dan arbitrase. Pemilihan metode ini ditentukan oleh jenis sengketa dan kesepakatan dari pihak-pihak yang bersangkutan.

Mediasi adalah proses penyelesaian konflik mengenai hak, kepentingan, pemutusan hubungan kerja, serta perselisihan antara serikat pekerja dalam satu perusahaan yang dilakukan melalui diskusi yang dipimpin oleh satu atau lebih mediator netral. Mediator dapat berasal dari lembaga pemerintah yang memiliki tanggung jawab di sektor ketenagakerjaan dan memiliki sertifikat kompetensi dalam mediasi. Dalam situasi sengketa employee branding, mediator akan membantu pihak-pihak untuk menemukan solusi yang tepat, seperti pelatihan kembali, penetapan standar perilaku yang jelas, atau penyesuaian deskripsi pekerjaan yang lebih rinci terkait tanggung jawab employee branding.

Konsiliasi dilakukan oleh konsiliator yang berasal dari sektor non-pemerintah dan memiliki kualifikasi sebagai konsiliator serta sertifikat kompetensi. Konsiliator berwenang memberikan rekomendasi tertulis kepada pihak-pihak yang bersengketa. Dalam konteks employee branding, konsiliator bisa memberikan saran mengenai standar perilaku yang seharusnya dipatuhi pekerja, mekanisme penilaian kinerja yang berhubungan dengan employee branding, atau tindakan rehabilitasi yang bisa diambil untuk memperbaiki citra pekerja dan perusahaan.

Arbitrase adalah cara penyelesaian sengketa kepentingan dan perselisihan antara serikat pekerja dalam satu perusahaan di luar Pengadilan Hubungan Industrial yang dilakukan melalui kesepakatan pihak-pihak terkait. Arbiter ditunjuk oleh para pihak dari daftar yang telah ditentukan oleh Menteri Tenaga Kerja dan Transmigrasi. Keputusan yang diambil melalui arbitrase bersifat final dan mengikat, sehingga tidak dapat diajukan banding atau kasasi. Dalam kasus sengketa employee branding, arbiter dapat memberikan keputusan yang mengikat terkait apakah tindakan tertentu dari pekerja merupakan pelanggaran kewajiban employee branding dan sanksi apa yang layak dikenakan.

SIMPULAN

Pembahasan mengenai akibat hukum bagi pekerja yang tidak melaksanakan employee branding serta upaya hukum dalam penyelesaian sengketanya menegaskan pentingnya pemahaman bersama antara perusahaan dan pekerja mengenai peran strategis employee branding dalam dunia kerja modern. Employee branding bukan sekadar tuntutan korporasi terhadap perilaku karyawan di ruang kerja, melainkan juga mencakup bagaimana karyawan membawa dan menjaga citra perusahaan di ruang publik, termasuk di media sosial dan lingkungan sosialnya. Dengan demikian, pelaksanaan employee branding menjadi bagian integral dari upaya perusahaan dalam membangun reputasi, kepercayaan, dan daya saing di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat.

Dari sisi hukum, meskipun belum ada regulasi khusus yang secara eksplisit mengatur employee branding, namun kewajiban dan sanksi terkait telah diakomodasi dalam berbagai perangkat hukum ketenagakerjaan, peraturan perusahaan, dan perjanjian kerja. Ketidakpatuhan pekerja terhadap kewajiban employee branding dapat berujung pada sanksi disiplin, pemutusan hubungan kerja, hingga tuntutan ganti rugi apabila terbukti menimbulkan kerugian bagi perusahaan. Oleh karena itu, penting

bagi setiap perusahaan untuk merumuskan aturan internal yang jelas, transparan, dan komunikatif terkait standar employee branding yang diharapkan, serta mensosialisasikan secara rutin kepada seluruh karyawan agar tidak terjadi multitafsir atau kesalahpahaman yang dapat menimbulkan sengketa.

Dalam hal terjadi perselisihan, mekanisme penyelesaian yang telah diatur dalam sistem hukum ketenagakerjaan Indonesia memberikan ruang yang adil dan proporsional bagi kedua belah pihak. Penyelesaian bipartit menjadi langkah awal yang sangat dianjurkan karena menekankan musyawarah dan mufakat, sehingga dapat menjaga hubungan industrial yang harmonis. Jika upaya ini gagal, penyelesaian tripartit melalui mediasi, konsiliasi, atau arbitrase dapat menjadi alternatif yang lebih formal namun tetap mengedepankan penyelesaian damai. Apabila seluruh upaya tersebut tidak membuahkan hasil, Pengadilan Hubungan Industrial menjadi forum terakhir yang dapat memberikan putusan hukum yang mengikat.

Penegakan employee branding yang efektif tidak hanya bergantung pada ketegasan aturan dan sanksi, tetapi juga pada komunikasi yang terbuka, pelatihan yang berkesinambungan, dan komitmen bersama antara perusahaan dan pekerja untuk menjaga nama baik dan reputasi perusahaan. Dengan demikian, setiap pihak diharapkan dapat memahami hak dan kewajibannya secara proporsional, serta mampu menyelesaikan setiap permasalahan yang muncul secara adil, transparan, dan sesuai dengan prinsip-prinsip hukum yang berlaku.

Pada akhirnya, employee branding yang dijalankan dengan baik akan memberikan manfaat jangka panjang bagi perusahaan, pekerja, maupun masyarakat luas. Perusahaan akan memperoleh citra positif dan kepercayaan publik, pekerja mendapatkan lingkungan kerja yang profesional dan bermartabat, sementara masyarakat akan memperoleh informasi yang objektif dan kredibel mengenai perusahaan. Oleh karena itu, sinergi antara regulasi, implementasi, dan penyelesaian sengketa menjadi kunci utama dalam menciptakan hubungan industrial yang sehat, produktif, dan berkelanjutan di era modern ini.

Terdapat implikasi hukum yang kompleks dalam menerapkan employee branding dalam hubungan kerja. Karyawan yang gagal menerapkan pencitraan karyawan dapat menghadapi berbagai dampak hukum, termasuk sanksi administratif dan pemutusan hubungan kerja. Namun demikian, penerapan sanksi-sanksi ini harus mempertimbangkan batasan-batasan hukum dan tidak boleh melanggar hak-hak dasar pekerja. Pengaturan pencemaran nama baik pekerja dalam peraturan perundang-undangan ketenagakerjaan di Indonesia masih belum jelas sehingga menimbulkan ketidakpastian hukum. Oleh karena itu, untuk menyelaraskan kepentingan komersial perusahaan dengan perlindungan hak-hak pekerja, perlu dibuat peraturan yang lebih jelas dan menyeluruh.

REFERENSI

- Backhaus, K., & Tikoo, S. (2004). Conceptualizing and researching employer branding. *Career Development International*, 9(5), 501-517.
- Husni, L. (2020). *Pengantar Hukum Ketenagakerjaan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Khakim, A. (2019). *Dasar-Dasar Hukum Ketenagakerjaan Indonesia* Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Republik Indonesia. (2003). *Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan*. Jakarta: Sekretariat Negara.
- Republik Indonesia. (2004). *Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2004 tentang Penyelesaian Perselisihan Hubungan Industrial*. Jakarta: Sekretariat Negara.
- Soemitro, R. H. (2018). *Metodologi Penelitian Hukum dan Jurimetri* Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Uwiyono, A. (2021). *Hukum Ketenagakerjaan Pasca Reformasi*. Jakarta: Sinar Grafika.