

ABSTRAK

Penggunaan transportasi umum di Jakarta merupakan suatu hal yang kerap dijumpai terutama bagi masyarakat yang tinggal di daerah Jabodetabek. Transportasi umum digunakan oleh masyarakat untuk melakukan kegiatan kerja/sekolah di luar kabupaten/kota tempat tinggal dan secara rutin pulang-pergi (PP) ke tempat tinggalnya pada hari yang sama atau yang biasa disebut dengan komuter. Dengan tujuan memudahkan komuter, PT Jakarta Lingko hadir untuk mempermudah pembelian tiket transportasi dari para komuter. Layanan yang ditawarkan beragam, diantaranya Tarif Integrasi dan Pembelian Tiket Transportasi menggunakan Aplikasi. Untuk memasarkan layanan tersebut, JakLingko bersama dengan +Jakarta menyelenggarakan *event Treasure Hunt Kelana Kenali Jakarta 2022*. *Event* ini memiliki konsep memperkenalkan kota Jakarta dengan cara berkelana keliling kota, yang dilakukan dengan perlombaan dan pelaksanaannya dilakukan secara bertahap. Maka dari itu, perancangan karya ini berjudul “Tahapan Pelaksanaan *Event Treasure Hunt Kelana Kenali Jakarta 2022*” yang diharapkan dapat menjadi referensi bagi pihak JakLingko dan mahasiswa Ilmu Komunikasi untuk mengadakan *event* selanjutnya. Teori yang menjadi acuan dalam pelaksanaan *event* ini adalah komunikasi pemasaran, komunikasi pemasaran terpadu, *event* dan *event management*. Penulis melakukan metode observasi partisipatoris, survey dan dokumentasi untuk melakukan tahapan pembuatan *event*. Setelah itu penulis akan mengolah data tersebut untuk dijadikan tahapan pelaksanaan *event Treasure Hunt Kelana Kenali Jakarta 2022*.

Kata kunci : *Event*, Tahapan Pelaksanaan *Event*, JakLingko, *Treasure Hunt Kelana Kenali Jakarta*