

## ABSTRAK

Komunikasi pelayanan merupakan suatu aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi konsumen dengan karyawan, perusahaan sebagai penyedia pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Komunikasi Pelayanan yang diberikan pada *Special event* yang ada di Burger King khususnya *event* ulang tahun. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi deskriptif. Dari penelitian ini adalah *staff* Burger King yang mengetahui proses bagaimana komunikasi pelayanan itu berlangsung. Proses pengumpulan data diperoleh melalui wawancara mendalam, dan pengamatan terhadap informan, sedangkan untuk data penunjang diperoleh melalui studi dokumentasi, hasil penelitian sebelumnya, dan wawancara dengan pihak terkait lainnya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Core Service* pada *special event* di Burger King meliputi bentuk acara *special event*, pemilihan menu yang beragam dan mampu mengakomodir kebutuhan *customer* dengan ketentuan dan jumlah produk yang *fleksibel*. *Facilitating Service* pada *special event* di Burger King yaitu memberikan fasilitas utama dan fasilitas pendukung yang dapat disesuaikan dengan *budget customer* serta memberikan prosedur pembayaran yang meringankan *customer*. *Supporting Service* pada *special event* di Burger King yakni dengan memberikan pelayanan yang berbeda dengan kompetitornya, seperti membebaskan konsumen memilih menu yang diinginkan, tidak terpatok dari pilihan Burger King, memberikan pelayanan yang maksimal setiap saat, selalu menjalankan pelayanan sesuai SOP yang ada, dari mulai acara hingga acara berakhir dan selalu melakukan *followup* kepada *customer*.

**Kata Kunci:** Komunikasi Pelayanan, Jenis-jenis pelayanan, *Special events*

## **ABSTRACT**

*Service communication is an invisible activity that occurs as a result of customer interaction with employees, the company as a service provider intended to solve customer problems. This study aims to determine the service communication given to the special event at Burger King, especially the birthday event. This study uses a qualitative research method with a descriptive study approach. From this research it is Burger King staff who know the process of how the service communication takes place. The data collection process was obtained through in-depth interviews and observations of informants, while supporting data was obtained through documentation studies, previous research results, and interviews with other related parties. The results of this study indicate that Core Service at the special event at Burger King includes the form of special events, a variety of menu choices and is able to accommodate customer needs with flexible terms and product quantities. Facilitating Service at a special event at Burger King is to provide main facilities and supporting facilities that can be adjusted to the customer budget and provide payment procedures that ease the customer. Supporting Service at a special event at Burger King is by providing services that are different from its competitors, such as freeing consumers to choose the desired menu, not being fixed from the Burger King choice, providing maximum service at all times, always running services according to existing Standards Operational Procedures, starting from the event. until the event ends and always follow up to the customer.*

**Keywords :** *Service Communication, Types of services, Special events.*