

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui strategi yang digunakan TNI dalam membangun *Community Relations* dan manfaat kegiatan TNI *Military Festival* untuk memperkenalkan TNI sebagai alat negara.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Subjek dalam penelitian ini yaitu pihak PR Solo Paragon Mall dan humas TNI dalam kegiatan TNI *Military Festival* 2016. Objek dari penelitian ini adalah Strategi TNI Dalam Membangun *Community Relations*. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Teknik analisis data dilakukan secara interaktif melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan mall perlu membuat terobosan besar agar keberadaannya dapat bertahan dan berkembang. Salah satu yang perlu dilakukan adalah untuk terus menggali strategi-strategi baru dalam menjaga kelangsungan hidup mall. *Community Relations* merupakan salah satu strategi yang paling menarik, karena melibatkan banyak anggota dari komunitas tersebut. Strategi akan menjadi lebih menarik bila komunitas tersebut merupakan komunitas strategis seperti komunitas TNI. Solo Paragon Mall dan TNI mampu menjadi terobosan strategi yang dapat membangkitkan kehadiran masyarakat di Solo Paragon Mall. Dengan adanya pameran TNI *Military Festival* masyarakat dapat lebih mengenal TNI sebagai alat negara secara lebih dekat, dan memberikan keuntungan semua pihak.

Kata kunci: Strategi, *Community Relations*, TNI *Military Festival*.