

ABSTRAK

Gus Miftah merupakan tokoh agama terkenal yang berasal dari Lampung dan menetap di Yogyakarta. Gus Miftah dalam menyebarkan informasi pengajiannya menggunakan media sosial Instagram @pengajiangusmiftah yang diketahui sebagai akun resmi tim *Cyber Public Relations* Gus Miftah. @pengajiangusmiftah telah aktif mengunggah konten sejak tahun 2019 dan telah memiliki pengikut sebanyak 117.000 dan total postingan 2.680. Sebagai tim *Cyber Public Relations* Gus Miftah bertanggung jawab dalam mengelola akun Instagram dan menjaga hubungan dengan publiknya. Dalam penelitian ini berfokus pada analisis isi konten @pengajiangusmiftah pasca viral penjual es teh dan mundurnya Gus Miftah dari jabatan Staf Khusus Presiden Bidang Kerukunan Beragama dan Pembinaan Sarana Keagamaan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui isi konten @pengajiangusmiftah dalam upaya memperbaiki citra Gus Miftah. Penelitian ini menggunakan metode analisis isi kuantitatif dengan teknik pengumpulan data berupa dokumentasi dan studi pustaka. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa @pengajiangusmiftah telah menerapkan strategi komunikasi memperbaiki citra dengan menggunakan strategi *reducing the offensive* dari teori *image restoration*. Hal ini dilakukan untuk memperbaiki citra Gus Miftah dan mempertahankan kedudukannya sebagai tokoh agama yang terkenal.

Kata Kunci : *Image Restoration*, Analisis Isi, Media Sosial Instagram, *Cyber Public Relations*