

## JILBAB ANNIDA DAN IDENTITAS REMAJA ISLAMI



**Najib Kailani**

Penulis adalah Alumnus UIN Sunan Kalijaga Jogjakarta. Pernah menjadi mahasiswa Non-Reguler di Magister Ilmu Religi dan Budaya Universitas Sanata Dharma (2004-2006). Kini tercatat sebagai mahasiswa Pasca Sarjana Antropologi-Budaya Universitas Gadjah Mada (UGM). Penulis aktif di divisi Kajian dan Riset Lembaga Kajian Islam dan Sosial (LKIS) Jogjakarta

**B**agi sebagian remaja, majalah Annida tentu bukan nama yang asing. Ia telah hadir sebagai majalah remaja “alternatif” di antara banyak majalah remaja yang tengah populer saat ini. Disebut alternatif, karena Annida tampil dalam frame yang baru dan berbeda: ia disuguhkan dengan label Islam dan dipoles dengan kode gaul remaja terkini.

Di samping itu, Annida juga punya ciri pembeda dengan media Islam yang

lain: Annida dirancang khusus untuk kalangan muda (Islam) dan dikonstruksi sebagai media dakwah yang ringan, gaul dan dekat dengan kehidupan remaja sehari-hari. Nuansa ini tentu tidak ditemukan pada media Islam lainnya seperti *Sabili*, *Tarbawi*, *Ummi* dan seterusnya yang menampilkan Islam dalam wajah yang “serius”, ketat, dan sarat beban dogma.

Meskipun mengusung label agama dalam framenya, namun, sebagai majalah remaja, Annida, seperti halnya juga majalah remaja lainnya *Hai*, *Aneka*, *Gadis*, *Kawanku* serta lainnya mempunyai kepentingan dalam mencipta kode-kode gaul di kalangan anak muda. Kode-kode gaul tersebut tentu diandaikan menjadi tren dalam jagat pergaulan. Sehingga siapa pun yang tidak menggunakan kode-kode tersebut akan dianggap tidak gaul dan bukan bagian dari tren yang sedang berlangsung.

Dengan asumsi di atas, saya tertarik untuk menelisik kode-kode gaul dalam majalah remaja populer Annida. Yaitu bagaimana remaja (Islam) diidealkan dan diwacanakan dan bagaimana kode-kode tersebut dikonsumsi oleh pembacanya. Untuk menangkap tujuan di atas, saya hanya akan menguak “wacana jilbab” dalam majalah tersebut dan bagaimana

sebagian pembacanya memaknai wacana jilbab yang dipancang di *Annida*.

### Tentang *Annida*

Di tahun 1991 lahir sebuah media anak muda yang secara khusus menampilkannya cerpen-cerpen yang bernuansa Islam dengan karakter yang khas. Media ini sangat berbeda dengan model-model media Islam sebelumnya yang tampil serius dan provokatif. Bahkan bisa dikatakan, media ini terkesan santai meski tetap menyimpul idealisme tertentu. Media ini diberi nama *Annida*. Dalam bahasa Arab, *Annida* berarti seruan. Seruan untuk mengerjakan perintah agama, dalam hal ini adalah Islam. Mungkin karena itu pula, majalah ini pada awal terbitnya menggunakan motto "Seruan Wanita Muslimah" (1991-1993). Kemudian berganti "Seri Kisah-kisah Islami *Annida*" (1993-2000). Pada edisi selanjutnya berubah lagi dengan "Sahabat Remaja Berbagi Cerita" (2000-2003). Disusul kemudian dengan "Cerdas, Gaul, Syar'i (mulai no. 15/XII 1-5 Mei 2003) sampai sekarang.

Dalam visi dan misinya, *Annida* menyebutkan bahwa majalah ini ingin mengenalkan remaja pada nilai-nilai Islam, memberikan pencerahan pada wawasan berpikir pembacanya, memunculkan citra media Islam yang berkualitas,

mengarahkan remaja untuk berakhlak mulia, menjadi wadah bagi penulis muda Islam, memberikan hiburan yang sehat bagi remaja dan memberikan sumbangsih bagi khazanah kesusasteraan di Indonesia khususnya sastra Islam.<sup>1</sup>

Kehadiran media Islam populer ini diandaikan sebagai *counter* terhadap media-media yang menggunakan budaya pop dan mengusung nilai-nilai Barat sebagai arus utama, seperti majalah cerpen remaja *Anita Cemerlang*, *Hai*, *Gadis* dan *Ceria*. Labelisasi Islam menjadi pembeda terhadap yang lain. Bahkan, media ini telah mewujudkan sebagai sebuah gerakan yang menampilkan suatu idealisme kelompok (Islam) tertentu.

Dari banyak cerpen yang tergelar di majalah *Annida* kita bisa menemukan beberapa karakteristik yang bisa menguraikan ihwal di atas. Misalnya, penyebutan *ikhwan* dan *akhwat* dalam cerpen-cerpen mereka, di mana istilah ini, kurang begitu akrab dalam wacana keislaman Indonesia sebelumnya. Ungkapan ini biasanya merujuk pada tradisi yang dibangun oleh gerakan *Ikhwanul Muslimin* di Mesir, di mana, mereka menyebut laki-laki dengan *ikhwan* dan perempuannya dengan *akhwat*, untuk mempertegas konsep persaudaraan sesama umat Islam.<sup>2</sup>

Dalam cerpen Helvy yang berjudul

<sup>1</sup> [www.ummigroup/annidaonline.com](http://www.ummigroup/annidaonline.com)

<sup>2</sup> Lihat Ali Said Damanik, *Fenomena Partai Keadilan: Transformasi 20 Tahun Gerakan Tarbiyah di Indonesia*, (Bandung: Teraju, 2003), h. 6. Bandingkan dengan Fadwa El Guindi, *Jilbab Antara Kesalehan, Kesopanan, dan Perlawanan*, (Jakarta: Serambi, 2003), h. 215-218

“Ketika Mas Gagah Pergi”<sup>3</sup>, diceritakan bagaimana seorang perempuan muda mengalami kebingungan dan sedih, kala kakaknya yang ganteng dan ceria sebelumnya, pada suatu ketika mengalami perubahan total. Dia mulai memakai baju koko, mendengar *nasyid* dan memelihara jenggot. Kebingungan perempuan ini kemudian dituturkannya pada seorang sahabat karib yang baru mulai mengenakan jilbab. Sahabatnya itu mengatakan kalau kakaknya tersebut telah menjadi *ikhwan*. Hal senada akan banyak kita temukan dalam cerpen-cerpen Annida yang lain.<sup>4</sup>

Di samping itu, penanda lainnya adalah karya yang bernuasa epik. Karya-karya ini, merupakan bentuk khas yang dipopulerkan Annida dan dipelopori oleh penulis Tazkiyatun Nafz Az-Zahra. Model epik lebih mengetengahkan jurnalistik sastra sebagai metode narasinya, di mana bahasa sastrawi menjadi medium pengungkapan realitas yang tidak “tertampung” di media massa. Dalam wacana sastra, model jurnalistik sastra ini sering dilekatkan pada karya-karya Seno Gumira Adjidarma, terutama pada kumpulan cerpennya *Saksi Mata*.<sup>5</sup> Bedanya terletak pada realitas yang dipotret. Kalau Seno

menyingkap fakta terselubung dari kekerasan rezim Orde Baru di Timor Timur, sedangkan model sastra Islam ini mengambil inspirasi ceritanya dari negeri-negeri Islam tertindas, seperti Bosnia, Pelestina, Maroko dan lain-lain, di samping juga potret Islam di Indonesia, seperti Aceh dan Ambon.<sup>6</sup>



<sup>3</sup> Helvy Tiana Rosa, *Ketika Mas Gagah Pergi* (Kumpulan Cerpen), (Bandung: Asy-Syamil Press, 2000), h. 13-28. Sebelumnya dimuat di majalah Annida.

<sup>4</sup> Lihat misalnya, Leyla Imtichanah, “Bidadari Telah Pergi”, *Annida*, no 14/XIII, 16-30 April 2004, h. 8-11.

<sup>5</sup> Seno Gumira Ajidarma, *Saksi Mata*, (Jogjakarta: Benteng, 1999).

<sup>6</sup> Lihat Wibowo, “Ummul Masakin”, *Annida*, no 13/X, April 2001, h. 8-11. Bandingkan Lia Kumawati, “Sepenggal Cerita dari Banares”, *Annida*, No. 3, 1999, h. 22-27

## Jilbab Annida

Di bagian cover belakang majalah Annida, terdapat cerita bergambar dengan tokoh Nida. Nida diilustrasikan sebagai seorang “jilbaber”: sebutan untuk perempuan yang memakai penutup kepala panjang hingga menutupi sebagian tubuhnya dan memakai baju kurung yang menutupi sampai mata kaki. Nida selalu dihadirkan sebagai “penyegar suasana” dan riang dalam pergaulan di antara teman-temannya. Meski memakai “jilbab besar”, Nida selalu tetap tidak kehilangan citra “gaulnya”.

Gambaran mengenai Nida, sebenarnya merupakan potret dari para pencetus dan pegiat Annida sendiri. Mereka adalah kelompok remaja yang bergiat menyosialisasikan pemakaian jilbab ala Nida ke tengah publik pembaca. Dengan kata lain, Nida adalah representasi dari potret identitas remaja Islam yang Annida idealkan sekarang. Meski hidup dalam zaman yang terus berubah, namun, “keislaman” bisa selalu diamankan tanpa sedikit pun kehilangan lingkungan gaul remaja, demikian “kode primadona” yang Annida konstruksikan dalam majalahnya.

Mengenai bagaimana model jilbaber ini menjadi tren berpakaian di kalangan

pembaca Annida dan pegiat FLP,<sup>7</sup> berikut catatan pengamatan saya kala menghadiri ulang tahun FLP ke 8 di Jogjakarta:

Siang, 25 Februari 2005, sebuah perhelatan akbar digelar di Balai Shinta Mandala Bakti Wanitatama Jogjakarta. Sebuah organisasi kepenulisan nasional Forum Lingkar Pena (FLP) tengah merayakan Miladnya yang ke-8. Spanduk besar bertuliskan “Sastra untuk Semua” beserta rangkaian acara yang tersusun selama tiga hari berturut-turut berdiri kokoh di pinggir jalan utama kota Jogjakarta tersebut. Beberapa acara dibuat terbuka untuk umum dan sebagian lainnya dikhususkan untuk anggota FLP. Sudah lama saya mendengar keberadaan organisasi ini. Siang itu, kebetulan acara dibuka untuk umum, saya berkesempatan untuk tahu lebih banyak geliat dan aktivitas komunitas ini.

Kala memasuki gedung perhelatan, dua meja tamu berhadapan telah menyambut keda-tangan saya. Satu meja yang menghadap ke Barat dijaga dua orang pemuda, sedangkan meja yang menghadap ke Timur dikawal dua orang pemudi. Saat itu, tiga orang peserta laki-laki sedang antri menuliskan nama di buku tamu yang dijaga oleh dua orang pemuda yang mengenakan pakaian koko. Melihat antrian ini, saya berinisiatif pindah ke meja yang dijaga dua orang perempuan yang mengenakan jilbab dengan balutan pakaian “muslimah” yang memanjang sampai ke ujung kaki, karena kosong pengujung. Saat saya mau mengisi buku tamu, dengan sopan salah seorang perempuan tersebut menyapa saya dan menga-

<sup>7</sup> FLP adalah sebuah organisasi kepenulisan remaja yang didirikan pada tahun 1997 oleh para pendiri dan pegiat majalah Annida. Annida dan FLP seperti sekeping mata uang. Annida adalah media yang mengakomodasi karya-karya yang dianggap islami, sementara FLP adalah organisasi yang membina dan memproduksi penulis-penulis muda dengan bendera Islam. Hampir 75% anggota FLP adalah penulis di Annida, atau mendaftarkan dirinya di FLP lewat majalah Annida. Hal ini menjadi mungkin karena Annida dikelola oleh para pencetus FLP itu sendiri seperti Helvy Tiana Rosa, Asma Nadia, dan Mutmainah.

takan bahwa buku tamu ini khusus untuk peserta perempuan, dan saya dipersilahkan untuk mengisi di bagian meja yang dijaga laki-laki. Setelah meminta maaf, saya berbalik menuju ke meja yang dikawal dua laki-laki tersebut.

Di dalam ruangan, keramaian baru saja dimulai, jadwal acara siang ini adalah parade penulis FLP. Para peserta dipecah menjadi dua bagian; untuk laki-laki di bagian Barat dan perempuan di sebelah Timur. Sambil mendengarkan pemandu acara mengantarkan rangkaian acara, saya melemparkan pandangan ke seantero ruangan. Para peserta tampak khas. Hampir semuanya kaum muda, di mana lelakinya mengenakan pakaian koko atau dalam istilah populernya "baju takwa" dan perempuannya membalut tubuh mereka dengan jilbab panjang yang menutupi seluruh tubuh. Hanya tampak dua orang perempuan yang mengenakan celana jeans dan jilbab yang agak modis. Saya memperkirakan hampir 300an lebih anggota FLP yang memenuhi ruangan itu. Sementara saya sempat merasa "asing" di antara hiruk pikuk pengunjung, saya datang mengenakan celana jeans dan t-shirt.

Model berpakaian jilbaber adalah fenomena baru. Sebelumnya, jilbab besar tidak pernah dikenal di Indonesia. Jilbab besar baru populer sekitar tahun 90-an, terutama setelah gerakan *Ikhwanul Muslimin* mulai dikenal dalam gerakan Islam di Indonesia. Secara umum popularitas jilbab mulai mengemuka setelah terjadi internasionalisasi wacana jilbab wilayah Timur Tengah ke Islam Indonesia yang memiliki spirit gerakan dan perlawanan terhadap Barat. Terutama

banyak diinspirasi oleh revolusi Islam Iran.

Kalau kita menengok beberapa catatan sejarah dan diskursus yang berkembang sebelumnya mengenai pakaian muslim di Indonesia, kita belum mengenal istilah jilbab. Yang lekat dalam ingatan kita adalah kerudung. Salah satu penandanya adalah lagu Rhoma Irama yang berjudul "kerudung putih" (bukan jilbab putih) yang dilansir di dalam filmnya yang berjudul "Perjuangan dan Do'a" yang beredar sekitar tahun 1979.

Begitu juga, kalau kita memasuki daerah pedesaan Jawa dan Melayu, kita masih banyak menemukan kerudung yang dipakai orang-orang tua perempuan. Bahkan dalam suatu catatan yang dikutip Van Dijk<sup>8</sup>, jilbab (*veil*) masih belum dikenal dalam masyarakat Islam Indonesia sebelum tahun 1930-an. Waktu itu perempuan-perempuan muslim masih mengenakan kerudung (*head shawl*) semacam kain penutup kepala. Baru pada tahun 1930-an istilah jilbab muncul, terutama di Jogjakarta, berkenaan dengan ketidaksetujuan seorang gadis berumur 17 tahun terhadap peraturan yang menyarankan kepada kaum perempuan untuk memakai tutup kepala. Dia berargumen bahwa Jawa bukan Arab, dan memeluk Islam bukan berarti harus mengikuti adat kebiasaan Arab. Pendapat gadis ini didukung oleh media *Islam Bergerak*.

<sup>8</sup> Kees van Dijk, "Sarong, Jubba, and Trousers: Appearance as Mean of Distinction and Discrimination", dalam Henk Schule Nordholt (ed) *Outward Appearances: Dressing State and Society in Indonesia*, (Leiden: KITLV, 1997), h. 40-83

Kehadiran jilbab di Indonesia pada mulanya tidaklah berjalan mulus. Beberapa peristiwa kecil, seperti pelarangan berjilbab bagi siswi di sekolah membayangi perjalanannya. Peristiwa-peristiwa kecil ini, akhirnya memicu gerakan yang lebih besar<sup>9</sup> dalam mengkritisi kebijakan ini. Salah satu titik penting perkembangan wacana jilbab di Indonesia menurut Van Dijk, adalah terbitnya puisi-puisi Emha Ainun Najib yang berjudul *Lautan Jilbab*, puisi-puisi ini dibacakan oleh Emha di kampus-kampus, dan menjadi salah satu energi yang turut mempopulerkan jilbab.

Di akhir tahun 80-an, menjelang awal tahun 90-an, jilbab mulai menjadi *fashion*. Beberapa butik secara khusus menyediakan pakaian-pakaian muslim, dan tampak mulai digemari. Menurut Van Dijk, di sini terjadi pergeseran terhadap nilai-nilai Islam, seiring dengan berkembangnya popularitas 'Islam Pop'. Beberapa artis dan penyanyi terkemuka bahkan secara terbuka, mulai mengenakan jilbab model ini.<sup>10</sup> Bahkan saat ini sebagian artis telah menjadi ikon tersendiri dalam dunia ini, seperti Inneke Koeserawati, Ratih Sanggarwati dan lainnya. Terakhir, salah seorang finalis putri Indonesia Andina Agustina, yang mengenakan jilbab, cukup menjadi sorotan media.

Seiring menguatnya globalisasi dan perubahan politik di Indonesia, maka kebebasan berekspresi pun menjadi bagian dari kehidupan ruang publik. Salah satunya adalah dalam mengekspresikan model berpakaian. Jilbab besar mulai banyak dipakai. Bahkan dengan mode yang variatif. Kalau pada awalnya, jilbab besar lebih didominasi warna hitam karena turunan dari jilbab *burqa*, namun dalam perkembangannya desain baru dengan warna-warna yang lebih variatif menghiasi model-model terbaru jilbab



<sup>9</sup> Alwi Alatas dan Fitriada Desliyanti, *Revolusi Jilbab: Kasus Pelarangan Jilbab di SMA Negeri se-Jabotabek, 1982-1991* (Jakarta: al-'tishom, 2001). Bandingkan Nuraini Juliastuti, "Politik Pakaian Muslim", *Kunci*, Edisi 13, 2003

<sup>10</sup> Kess van Dijk, "The Indonesian Archipelago From 1913 to 2013: Celebrations and Dress Codes Between International, Lokal and Islamic Culture", dalam Johan Meuleman (ed), *Islam in The Era of Globalization*, (Jakarta: INIS, 2001), h. 51-69

besar. Salah satu media yang turut membentuk model berjilbab di Indonesia adalah Annida. Lalu bagaimana jilbab Islami yang ditebarkan Nida dalam Annida dapat membentuk identitas baru perempuan muslim Indonesia?

### Identitas: *Locale*, *Network* dan *Memory*

Untuk memahami bagaimana jilbab Annida dipakai dan menjadi bagian dari tatacara berbusana baru kaum muslim perempuan Indonesia, saya akan menggunakan tiga point dari P.W Preston yang melihat bagaimana identitas terbentuk dalam konteks globalisasi sekarang. Menurut Preston, ada tiga poin penting yang membentuk identitas seseorang di masa kini (baca: globalisasi). *Pertama*, adalah asumsi tentang *locale*. *Locale* dibayangkan sebagai tempat awal seseorang berada atau latar seseorang atau tempat terjadinya suatu peristiwa. Dia lahir dalam keluarga bagaimana? Etnis apa? Lingkungan seperti apa? Dan seterusnya.

*Kedua*, asumsi tentang *locale* ini selanjutnya berjumpa dengan ragam *locale* yang lain. Pertemuan ini disebut Preston dengan *network*. Salah satu bentuk dari *network* adalah media. Media menjadi penting sebagai pembentuk identitas selanjutnya paska *locale*, karena di sinilah kesamaan-kesamaan dan perbedaan-perbedaan baru didedahkan. Dalam konteks *network* kesamaan-kesamaan

tidak lagi terbatas hanya pada *locale* tapi mulai merambah pada rimba yang luas seperti kesamaan selera, pandangan dan gaya hidup. Di sinilah faktor media menjadi penting dalam pembentukan identitas seseorang. Dalam konteks *network* pembentukan itu sangat bersifat imajiner.

*Ketiga*, pembentukan identitas di ranah *network* pada gilirannya meningkat ke dalam ranah pembangunan ingatan (*memory*). Ingatan tidak saja dicipta dari "masa lalu" tetapi untuk "masa sekarang" dan "akan datang". Ingatan menjadi semacam pancangan cita-cita yang diandaikan terwujud dalam kehidupan sosial.<sup>11</sup>

Konstruksi identitas remaja Islami Annida yang ditampilkan dengan pakaian jilbab khususnya bisa ditilik dalam tiga point yang dikemukakan oleh Preston di atas. Sebagai model berpakaian, jilbab Nida tentu adalah hal baru dalam wacana pakaian Islam Indonesia. Ia bukan bagian dari *locale* masa lalu. Namun, seiring dengan pesatnya kecanggihan media teknologi komunikasi dan informasi, jilbab Nida pada gilirannya menjadi populer dan dipakai banyak orang. Jilbab Nida bisa menjadi bagian dari kehidupan Muslim Indonesia kini, karena mediasi media yang pada gilirannya melahirkan "subkultur" tertentu dalam praktik dan kebiasaan sehari-hari. *Network* (baca: media) bukan saja turut membentuk

<sup>11</sup> P.W. Preston, *Political/Cultural Identity, Citizens and Nations in a Global Era*, (London: Sage Publication, 1997), h. 42-48

identitas, lebih jauh, ia juga ikut andil dalam mencipta realitas dan praktik kebudayaan.

Subkultur ini juga menyimpul *memory* atau ingatan tentang sesuatu. Ingatan tentang jilbab Nida bukan hanya tentang “masa lalu” yaitu sebagai bagian dari pengamalan doktrin agama. Lebih jauh ia hadir untuk masa kini dan masa depan. Jilbab Nida, merupakan identitas pembeda dari model kebudayaan kini yang dianggap pemakainya sudah jauh dari ajaran agama. Memakai jilbab Nida, juga berarti memancang sebuah bentuk kebudayaan yang “ideal”: sebuah masyarakat yang menerapkan ajaran Islam—dalam bahasa Annida—secara *kaffah* (menyeluruh). Meskipun, pada kenyataannya jilbab bukanlah pakaian yang dikenal sebelumnya dalam khazanah Islam di Indonesia. Tampaknya, karena itu pula, jilbab Nida kebanyakan dipakai oleh generasi yang lahir di tahun 80-an, yang sudah mengalami keterputusan ingatan tentang pakaian Islam di masa sebelumnya.

### **Consuming Jilbab: Potret (Sebagian) Pembaca Annida**

Namun, kerangka Preston di atas kurang memadai untuk melihat bagaimana pembaca Annida menangkap konstruksi wacana jilbab dalam praktik sehari-harinya. Teori Stuart Hall mengenai *encoding-decoding* menurut hemat saya



akan membantu membaca praktik penerimaan audien pembaca Annida terhadap jilbab Nida.

Dalam *Encoding-decoding*, Stuart Hall menyanggah pandangan umum dalam dunia komunikasi yaitu: adanya linearitas antara pengirim pesan (*sender*), pesan (*message*) dan penerima pesan (*receiver*). Linearitas ini menurutnya mengandaikan bahwa *framing* kode-kode pesan akan diterima secara pasif oleh audiens.<sup>12</sup>

Dalam konteks budaya konsumsi, pandangan komunikasi di atas meletakkan konsumen sebagai objek dari komoditas. Ia tidak memiliki kebebasan untuk memberi makna terhadap apa yang dikonsumsinya di luar dari makna yang dicipta oleh produsen. Menurut Hall,

<sup>12</sup> Stuart Hall, “Encoding-decoding” dalam Simon During (ed), *The Cultural Studies Reader* (New York: Routledge, 1993), h. 91

penerima pesan (*audiens*) sesungguhnya tidaklah pasif. Ia selalu aktif mencipta makna-makna baru di luar kode-kode framing pesan. Dengan kata lain, mengkonsumsi bukanlah kegiatan pasif melainkan kegiatan aktif yang menjadi bagian dari produksi kebudayaan. Pada saat *sender* melakukan *encode*, maka ketika sampai ke *audiens* terjadilah proses *decode*. Pembaca Annida tidak selalu menerima kode-kode yang dibangun Annida secara linear, melainkan terus mengolahnya. Selalu terjadi proses negosiasi nilai dalam proses penerimaan pesan.

Perihal di atas saya temukan pada dua orang teman yang menjadi pembaca setia majalah Annida: Rima dan Linda. Ketika saya bertanya mengenai jilbab Nida, Rima mengatakan "Saya kurang begitu suka dengan model jilbab Nida, karena selain panas dan cepat membuat bau badan, juga kurang enak dipandang mata." Sementara ketika saya menanyakan bagaimana sikapnya terhadap para jilbaber, dia menjawab "Meski saya tidak begitu menyukai model jilbaber tapi kebanyakan teman saya adalah pemakainya."

Rima adalah seorang perempuan yang lahir dan besar di lingkungan santri di daerah Jawa Timur. Menginjak usia dewasa, ia belajar di sebuah pesantren di Solo Jawa Tengah. Menurutnya, di pesantren inilah ia mengenal majalah Annida. Annida menjadi majalah favorit semua teman santriwatinya. Saya pun mendapatkan koleksi Annida dari tangannya. Namun, sebagaimana diungkapkannya, dia lebih memilih jilbab yang lebih *fashionable* ketimbang jilbab ala

Nida, meski dia adalah pembaca setia Annida.

Hal senada saya temukan juga pada Linda. Meski tidak semodis Rima, Linda lebih suka mengenakan jilbab yang "konvensional", yaitu jilbab yang umumnya dipakai: tidak terlalu modis, juga tidak terlalu panjang. Linda juga pembaca setia Annida. Seperti Rima, Linda juga lahir di lingkungan keluarga santri yang kental di daerah Jawa Tengah. Setelah menamatkan studi menengahnya, ia hijrah ke kota Jogjakarta untuk belajar di sebuah pesantren di wilayah Selatan Jogjakarta. Di pesantren inilah ia berkenalan dengan Annida. Ketika saya tanya mengapa ia tidak memakai jilbab ala Nida, ia menjawab "Di lingkungan saya (baca: keluarga dan pesantren) model jilbab ala Nida hampir tidak pernah dipakai, jilbab yang saya kenakan sekarang adalah jilbab yang biasa dipakai kebanyakan kalangan santri."

Tuturan dua orang pembaca Annida di atas, menjelaskan bahwa mengkonsumsi bukanlah praktik yang pasif melainkan aktif, di mana produksi makna terus menerus berlangsung. Menyakini bahwa menyebarnya media Annida, sebagai meluasnya gagasan Islam yang *kaffah* adalah hal yang masih perlu dikaji lebih lanjut, sebab mengkonsumsi adalah praktik negosiasi yang terus-menerus berlangsung dan tanpa henti. Apresiasi terhadap kode-kode yang dibentuk Annida dengan demikian tidak linear dengan tingkat framing keislaman pembaca sebagaimana yang Annida idealkan. ❖