

Globalisasi Dalam Sektor Literasi Anak: Peran Gramedia dalam Memperkenalkan Buku Anak Internasional di Indonesia

Globalization in the Children's Literacy Sector: Gramedia's Role in Introducing International Children's Books in Indonesia

Nashwa Safa Hidayat¹, Dadan Suryadipura², Salsabi Rolansyah³

¹Universitas Padjadjaran, ²Universitas Padjadjaran, ³Kompas Gramedia

nashwa21002@mail.unpad.ac.id, suryadipura@unpad.ac.id, s.rolansyah@gramedia.id

INFORMASI ARTIKEL

Riwayat

Diterima: 31 April 2025

Direvisi: 14 Mei 2025

Disetujui: 27 Mei 2025

Kata Kunci

Globalisasi, literasi anak, Gramedia, buku-buku internasional, Indonesia, kerja sama internasional.

Keywords

Globalization, children's literacy, Gramedia, international books, Indonesia, international partnership.

ABSTRAK

This article examines the role of Gramedia, one of Indonesia's largest publishers and distributors, in introducing international children's books. The article emphasizes how globalization makes it easier to acquire a wide range of literary materials, enabling kids to interact with many cultures and viewpoints through imported literature. Using a qualitative approach with a descriptive design, this research aims to analyze how Gramedia's collaboration with international publishers in presenting imported children's books reflects the dynamics of globalization in children's literacy in Indonesia. Through the collection of primary data via semi-structured interviews with one of publishers from Gramedia and secondary data from a variety of online sources, the findings reveal that Gramedia's collaboration with international publishers has successfully presented high-quality content that enriches the literacy experiences of Indonesian children while exposing them to global values and narratives. Through these partnerships, Gramedia promotes cultural exchange and increases access to a variety of literary materials, enabling kids to interact with tales that represent various viewpoints and beliefs.

Abstract

Artikel ini membahas peran Gramedia, salah satu penerbit dan distributor terbesar di Indonesia, dalam memperkenalkan buku-buku anak internasional untuk meningkatkan literasi di kalangan generasi muda Indonesia. Artikel ini menekankan bagaimana globalisasi mempermudah akses terhadap berbagai macam bahan bacaan, sehingga anak-anak dapat berinteraksi dengan berbagai macam budaya dan sudut pandang melalui bacaan yang diimpor. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain deskriptif, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana kolaborasi Gramedia dengan penerbit internasional dalam menghadirkan buku-buku anak impor merefleksikan dinamika globalisasi dalam literasi anak di Indonesia. Melalui pengumpulan data primer melalui wawancara semi-terstruktur dengan salah satu penerbit dari Gramedia dan data sekunder dari berbagai sumber daring, temuan pada riset ini menunjukkan bahwa kolaborasi Gramedia dengan penerbit internasional telah berhasil menghadirkan konten berkualitas tinggi yang memperkaya pengalaman literasi anak-anak Indonesia sekaligus mengekspos mereka pada nilai-nilai dan narasi global. Melalui kemitraan ini, Gramedia mendorong pertukaran budaya dan meningkatkan akses ke berbagai materi literasi, sehingga anak-anak dapat berinteraksi dengan dongeng-dongeng yang mewakili berbagai sudut pandang dari negara lain.



Copyright ©2025 Nashwa Safa Hidayat, Dadan Suryadipura, Salsabi Rolansyah

1. Pendahuluan

Literasi pada anak-anak merupakan landasan bagi pengembangan dan pertumbuhan generasi mendatang, yang berfungsi sebagai keterampilan mendasar yang membentuk kapasitas individu untuk menavigasi dan berkontribusi pada masyarakat. Literasi tidak hanya mencakup keterampilan membaca dan menulis, tetapi juga kemampuan untuk menyerap dan sosial dan emosional. Anak-anak yang terlibat dengan buku dapat menjelajahi berbagai perspektif dan pengalaman, menumbuhkan empati dan pemahaman (Delaney, 2024).

Di banyak negara, termasuk Indonesia, masih memiliki tingkat literasi anak yang sangat rendah. Data dari Program for International Student Assessment (PISA) secara konsisten menunjukkan bahwa keterampilan membaca siswa Indonesia lebih buruk daripada anak dengan usia sebayanya di banyak negara lain. Hasil riset yang dilakukan oleh PISA pada tahun 2022 menunjukkan bahwa hanya 25% siswa Indonesia yang memenuhi tingkat kemahiran membaca minimal, dibandingkan dengan rata-rata di negara-negara OECD sebesar 74% (PISA, 2023). Statistik yang mengkhawatirkan ini menyoroti pemerintah, atau LSM—dapat meningkatkan sumber daya pendidikan dan meningkatkan tingkat literasi dengan memanfaatkan tujuan bersama secara lintas batas dengan negara lain. Buku anak-anak menjadi salah

terlibat secara kritis dengan informasi (Choiriyah et al., 2023). Dengan tingkat literasi yang tinggi, kemakmuran negara juga akan meningkat (Rintaningrum, 2019). Penelitian secara konsisten menunjukkan bahwa paparan dini terhadap kegiatan membaca dan literasi mendorong perkembangan kognitif (Kabuto & Harmey, 2019). Selain itu, literasi juga memainkan peran penting dalam perkembangan kebutuhan mendesak akan inisiatif untuk meningkatkan tingkat literasi anak-anak Indonesia. Rendahnya tingkat membaca di Indonesia ini berkorelasi dengan fakta bahwa siswa dan anak Indonesia memiliki akses terbatas pada bahan bacaan, karena sedikitnya perpustakaan dan buku bacaan berkualitas yang tersedia (Nihayah & Revina, 2020).

Di era globalisasi ini, terdapat peluang besar untuk meningkatkan literasi anak di Indonesia dengan memperkenalkan konten sastra berkualitas dari seluruh dunia. Dalam hubungan internasional, globalisasi mendorong kerja sama antarnegara melalui saling ketergantungan ekonomi dan kepentingan bersama (Hay et al., 2022). Dalam konteks literasi anak, perspektif ini menyiratkan bahwa kemitraan global—antara perusahaan swasta, satu jawaban untuk dapat memaparkan anak-anak Indonesia pada narasi budaya dan filosofi pendidikan yang berbeda yang mungkin tidak ditemukan dalam literatur lokal. Lebih jauh lagi, globalisasi mendorong kolaborasi

antara penerbit lokal dan internasional.

Sebagai salah satu penerbit dan distributor terbesar di Indonesia, Gramedia menempati posisi strategis dalam memanfaatkan globalisasi untuk meningkatkan literasi anak-anak melalui buku-buku impor. Upaya Gramedia difokuskan pada kerja sama dengan penerbit internasional serta kurasi literatur berkualitas yang sejalan dengan minat dan kebutuhan perkembangan anak-anak Indonesia. Gramedia, sebagai salah satu penerbit dan distributor buku terbesar di Indonesia, memanfaatkan peluang ini dengan menghadirkan buku-buku anak dari berbagai negara. Melalui salah satu penerbitnya seperti Bhuana Ilmu Populer (BIP) dan program Rumah Uma, Gramedia telah mengimpor dan mendistribusikan buku-buku berkualitas tinggi yang relevan dengan kebutuhan pasar lokal (BIP, n.d.). Upaya ini tidak hanya mendukung peningkatan literasi anak Indonesia, tetapi juga mencerminkan dinamika hubungan internasional dalam sektor pendidikan dan budaya.

Hingga saat ini, belum banyak penelitian-penelitian yang membahas mengenai globalisasi dalam sektor literasi anak, maupun peran Gramedia dalam memperkenalkan buku anak impor di Indonesia, namun terdapat penelitian yang dapat mendukung riset yang dilakukan penulis saat ini, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Boy, Paranata, & Efendi (2022). Penelitian ini membahas bagaimana dampak dari kerja sama internasional penerbit dalam

meningkatkan literasi menunjukkan bahwa kemitraan semacam ini sangat penting dalam menumbuhkan keterampilan membaca dan menulis di kalangan anak-anak (Boy et al., 2022). Temuan ini menggarisbawahi pentingnya inisiatif kooperatif dalam mengatasi tantangan literasi dan memperkaya pengalaman membaca anak-anak. Lebih lanjut lagi, belum ada penelitian yang membahas bagaimana perusahaan Gramedia, sebagai salah satu penerbit utama di Indonesia berupaya dalam memperkenalkan buku anak impor di Indonesia, yang dimungkinkan dalam globalisasi di sektor literasi anak. Oleh karena itu, penulis membawa kebaruan dengan menganalisis mengenai hal tersebut melalui artikel yang berjudul "Globalisasi dalam Sektor Literasi Anak: Peran Gramedia dalam Memperkenalkan Buku Anak Internasional di Indonesia". Tujuan dari artikel ini adalah untuk menganalisis bagaimana kerja sama Gramedia dengan penerbit internasional dalam menyajikan buku anak impor di Indonesia mencerminkan dinamika hubungan internasional dan globalisasi. Eksplorasi ini berupaya untuk memahami bagaimana kemitraan tersebut memfasilitasi pertukaran budaya dan meningkatkan akses ke berbagai sumber daya sastra serta memperkaya lanskap dan konten literatur anak, sehingga berkontribusi pada pengembangan literasi anak-anak di Indonesia.

2. Metode

Dalam menganalisis upaya dan peran Gramedia dalam memperkenalkan buku anak

internasional di Indonesia dalam era globalisasi, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain deskriptif. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Amori Eliab selaku BIP Copy Editor dan Agnes Vidita selaku BIP Editorial Superintendent yang terlibat aktif dalam persoalan dan pengembangan buku anak impor di Gramedia, berpartisipasi dalam wawancara semi-terstruktur untuk mengumpulkan data primer. Sementara itu, data sekunder dikumpulkan dari berbagai sumber daring, termasuk situs web resmi Gramedia, dokumen-dokumen internal, artikel atau jurnal yang relevan, dan postingan di media sosial yang terkait. Untuk mendapatkan informasi yang lebih rinci dan mendalam, teknik pengumpulan data meliputi penelitian dokumen internal, dokumen daring, serta wawancara. Setelah melakukan reduksi data, penyajian naratif, dan pengambilan kesimpulan pada data yang telah dikumpulkan, berdasarkan pola dan keterkaitan yang ditemukan, data kemudian dikaji secara deskriptif untuk memberikan gambaran menyeluruh tentang peran dan upaya Gramedia dalam memperkenalkan buku anak impor di Indonesia.

3. Hasil dan Pembahasan Globalisasi dan Literasi Anak

Globalisasi merujuk pada proses integrasi dan interkoneksi antar negara melalui pertukaran informasi, ide, barang, dan budaya. Dalam konteks literasi anak, globalisasi memengaruhi cara anak-anak mengakses bahan bacaan,

termasuk buku dari luar negeri. Steger (2017) mengemukakan bahwa globalisasi telah mengubah lanskap budaya dan pendidikan, memperkenalkan akses yang lebih luas terhadap sumber daya pendidikan dan literasi yang berasal dari berbagai belahan dunia. Fenomena ini mengarah pada penetrasi budaya asing, yang juga tercermin dalam literasi anak melalui buku-buku impor. Dalam konteks literasi anak, Steger menekankan beberapa hal penting yang terkait dengan globalisasi, di mana globalisasi memungkinkan pertukaran budaya yang lebih cepat dan lebih luas daripada sebelumnya. Buku anak, yang sebelumnya lebih terisolasi dalam konteks lokal atau nasional, kini dapat mengalir melintasi batas-batas negara. Globalisasi budaya, dalam hal ini, memungkinkan anak-anak di berbagai belahan dunia untuk mengakses cerita, nilai, dan pengetahuan dari budaya asing. Proses ini mengarah pada integrasi budaya yang lebih besar, di mana buku anak impor—dari negara-negara seperti Amerika Serikat, Inggris, atau Eropa—dapat memberikan perspektif yang berbeda dalam pembentukan karakter anak.

Globalisasi dalam literasi mencakup penyebaran konten edukatif dan budaya melalui medium seperti buku, media digital, dan program pendidikan. Buku anak internasional menjadi alat yang efektif untuk memperkenalkan anak-anak pada nilai-nilai global seperti toleransi, keberagaman, dan empati. Menurut Giddens (1990), globalisasi

memfasilitasi pertukaran budaya yang dapat memperkaya wawasan individu. Dalam konteks Indonesia, buku-buku impor yang didistribusikan Gramedia menjadi jembatan untuk mengenalkan anak-anak pada konsep-konsep global yang relevan dengan perkembangan zaman. Gramedia melalui BIP dan Rumah Uma telah menjalin kerja sama dengan penerbit internasional seperti Igloo Books (Inggris), Auzou (Perancis), dan Erumi (Korea Selatan). Buku-buku ini mencakup berbagai tema, mulai dari ensiklopedia anak, dongeng interaktif, hingga buku PAUD. Salah satu contohnya adalah buku interaktif dari Auzou yang mengajarkan kerja sama dan empati melalui cerita sederhana yang disertai dengan fitur menarik. Dengan pendekatan ini, Gramedia tidak hanya memperkenalkan budaya global, tetapi juga memastikan relevansi konten dengan kebutuhan lokal.

Selain itu, sebagai upaya untuk mendekatkan dan memperkenalkan anak dengan literasi dan buku sejak kecil, Gramedia berinovasi melalui program Rumah Uma, yakni sebuah taman bermain yang mengintegrasikan ruang baca dan ruang bertumbuh bagi anak itu sendiri. Rumah Uma hadir hadir untuk menyediakan tempat berkembang bagi anak secara menyenangkan dengan juga edukatif karena tersedia bahan bacaan yang beragam, salah satunya buku-buku impor. Komitmen Gramedia tidak hanya sebatas distribusi; tetapi juga melibatkan keterlibatan aktif dengan

para pendidik, orang tua, dan masyarakat untuk mempromosikan inisiatif membaca yang menumbuhkan budaya literasi. Melalui kemitraan dengan sekolah misalnya, Gramedia memfasilitasi akses ke buku sekaligus menyelenggarakan acara seperti pameran buku dan sesi pembelajaran berbasis buku–Rumah Uma, yang menginspirasi anak-anak untuk lebih sering membaca. Dengan kombinasi demikian, seorang anak dapat tumbuh secara sehat baik dari sisi perkembangan fisik serta sosial kognitifnya. Dengan memperkenalkan karya terjemahan dari pengarang internasional ternama di

Kerja Sama Internasional Gramedia dalam Literasi

Kehadiran globalisasi membuat domain kerja sama tidak hanya sebatas antar aktor negara ataupun domain *high politics*, melainkan aktor non-negara seperti penerbit buku juga ikut terdampak secara positif dalam hal ini. Globalisasi dalam hal pasar buku erat kaitannya dengan penerjemahan buku. Jumlah buku yang diterjemahkan di dunia meningkat dari 50.000 buku yang diterbitkan pada tahun 1980 menjadi lebih dari 75.000 buku pada tahun 2000 (+50%), menurut basis data Index Translationum (Sapiro, 2010). Penerbit Gramedia juga ikut terjun pada domain kerja sama ini dalam hal literasi. Kerja sama antara Gramedia dan penerbit internasional dilakukan melalui beberapa bentuk, di antaranya seperti pembelian hak cipta dan lisensi, *co-publishing*, serta akuisisi naskah. Gramedia bekerja

sama dengan beberapa penerbit internasional, seperti Igloo Books, Auzou, Erumi, Wisdom House, Borim, dan Tomorrow. Pertama, Igloo Books sendiri merupakan penerbit asal Inggris yang berfokus pada buku bertemakan anak-anak dan keluarga, dengan infografis yang menarik bagi anak-anak yang menekankan pada fitur intuitif, seperti buku cerita dan menggambar (Igloo Books, n.d.). Igloo Books merupakan bagian dari Bonnier

Books, salah satu grup penerbitan terbesar di Eropa, yang memungkinkan Igloo Books untuk memanfaatkan jaringan luas dan sumber daya dalam distribusi dan produksi. Igloo juga bekerja sama dengan berbagai mitra internasional, termasuk Gramedia di Indonesia, untuk memastikan buku-buku mereka tersedia bagi anak-anak di berbagai belahan dunia.

Tabel 1 Sampel Data Kerja Sama Luar Negeri Penerbit Gramedia dengan Penerbit Igloo Books (Inggris)

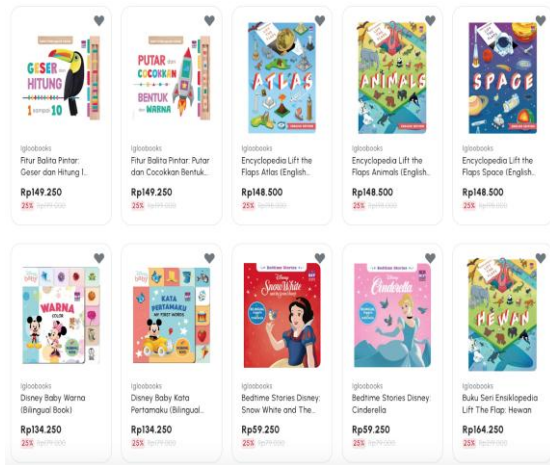
Judul Asli	Judul Indonesia	Jumlah Eksemplar	Jenis Kerja Sama	Tahun Mulai Kerja Sama	Masa Kontrak
Tell the Time	Aktivitas Edukatif Paud: Jam Dan Waktu	2000	co-edition	2022	1 tahun dari tanggal pengiriman
Discovery Lift the Flap: Atlas	Ensiklopedia Lift the Flap: Atlas	2000	co-edition	2022	1 tahun dari tanggal pengiriman
Discovery Lift the Flap: Animals	Ensiklopedia Lift the Flap: Hewan	2000	co-edition	2022	1 tahun dari tanggal pengiriman
Discovery Lift the Flap: Space	Ensiklopedia Lift The Flap: Antariksa	2000	co-edition	2022	1 tahun dari tanggal pengiriman
Discovery Lift the Flap: Human Body	Ensiklopedia Lift the Flap: Tubuh Manusia	2000	co-edition	2022	1 tahun dari tanggal pengiriman

Sumber: diolah oleh peneliti, Desember 2024

Mekanisme kerjasama Gramedia dengan Igloo Books sendiri dimulai sejak tahun 2022 dan bersifat co-edition, yakni penerbit luar negeri yang bersangkutan—dalam hal ini Igloo Books yang dapat menentukan lokasi percetakan serta jadwal produksi, buku-buku Igloo Books akan dicetak secara kolektif bersama edisi negara-negara lain,

sistem pembayaran berupa beli putus, yakni setelah buku sampai di Indonesia dan lunas, tidak ada pembayaran yang perlu dilakukan lagi—harga beli awal sudah termasuk biaya royalti, dan Gramedia dapat mencetak ulang buku sesuai kebutuhan di waktu tertentu tanpa terbatas masa kontrak.

Gambar 1
Tampilan buku terbitan Igloo pada
laman Gramedia
(Sumber:
www.gramedia.com/author/author-igloobooks**)**



Buku-buku yang dimiliki oleh Igloo Books secara garis besar bertemakan subjek pengetahuan umum, mulai dari geografi, astronomi, lingkungan, anatomi tubuh manusia, hingga konsep jam

dan waktu. Dengan menggunakan subjek pengetahuan umum yang bersifat universal, target audiens seperti anak Indonesia tentu dapat memahami dengan baik isi cerita dari buku terbitan Igloo Books meskipun berasal dari penerbit luar negeri. Buku cerita anak telah terbukti tidak hanya memberikan pengetahuan baru—dengan memperkaya kosakata anak dan meningkatkan kemampuan komunikasi mereka, tetapi juga menghadirkan dukungan emosional bagi anak itu sendiri ketika anak menghadapi kesulitan kedepannya (Pulimeno, Piscitelli & Collazo, 2020). Kerjasama lainnya, Gramedia juga menggaet Auzou, sebuah penerbit asal Prancis yang memiliki fokus yang sama seperti Igloo Books, yakni buku anak-anak, terutama buku edukatif dan kreatif.

Tabel 2 Sampel Data Kerja Sama Luar Negeri Penerbit Gramedia dengan Auzou

Judul Asli	Judul Indonesia	Jumlah Eksemplar	Jenis Kerja Sama	Tahun Mulai Kerja Sama	Masa Kontrak
Mon Anima'gier – Les couleurs	Buku Interaktif PAUD: Warna	2000	co-edition	2022	3 tahun dari tanggal kontrak
Mon Anima'gier- Les pompier	Buku Interaktif PAUD: Pemadam Kebakaran	2000	co-edition	2022	1 tahun dari tanggal pengiriman
Mon Anima'gier - Les véhicules	Buku Interaktif PAUD: Kendaraan	2000	co-edition	2022	1 tahun dari tanggal pengiriman
Mon Anima'gier – Les saisons	Buku Interaktif PAUD: Musim	2000	co-edition	2022	1 tahun dari tanggal pengiriman
Mon Anima'gier - Le Marche	Buku Interaktif PAUD: Swalayan	2000	co-edition	2022	1 tahun dari tanggal pengiriman

Mon Anima'gier - Au dodo !	Buku Interaktif PAUD: Waktunya Tidur	2000	co-edition	2022	1 tahun dari tanggal pengiriman
Mon Anima'gier - Les bébés animaux	Buku Interaktif PAUD: Anak Hewan	2000	co-edition	2022	1 tahun dari tanggal pengiriman
Mon Anima'gier - La jungle et la savane	Buku Interaktif PAUD: Hutan dan Padang Rumput	2000	co-edition	2022	1 tahun dari tanggal pengiriman
Mon Anima'gier - Les contraires	Buku Interaktif PAUD: Lawan Kata	2000	co-edition	2022	1 tahun dari tanggal pengiriman
Mon Anima'gier - Le chantier	Buku Interaktif PAUD: Konstruksi	2000	co-edition	2022	1 tahun dari tanggal pengiriman
Mon Anima'gier - Les emotions	Buku Interaktif PAUD: Perasaanku	2000	co-edition	2022	1 tahun dari tanggal pengiriman
Mon Anima'gier - Le corps	Buku Interaktif PAUD: Tubuhku	2000	co-edition	2022	1 tahun dari tanggal pengiriman
Mon Anima'gier - Les formes	Buku Interaktif PAUD: Bentuk	2000	co-edition	2022	1 tahun dari tanggal pengiriman
Mon Anima'gier - L'école	Buku Interaktif PAUD: Sekolah	2000	co-edition	2022	1 tahun dari tanggal pengiriman
Mon Anima'gier - Les dinosaurés	Buku Interaktif PAUD: Dinosaurus	2000	co-edition	2022	1 tahun dari tanggal pengiriman
Mes contes à animer - Blanche- neige	Dongeng Favorit PAUD - Putri Salju	2000	co-edition	2022	1 tahun dari tanggal pengiriman
Mes contes à animer - Hansel et Gretel	Dongeng Favorit PAUD - Hansel Dan Gretel	2000	co-edition	2022	1 tahun dari tanggal pengiriman
Mes contes à animer - Le chat botté	Dongeng Favorit PAUD - Kucing	2000	co-edition	2022	1 tahun dari tanggal pengiriman

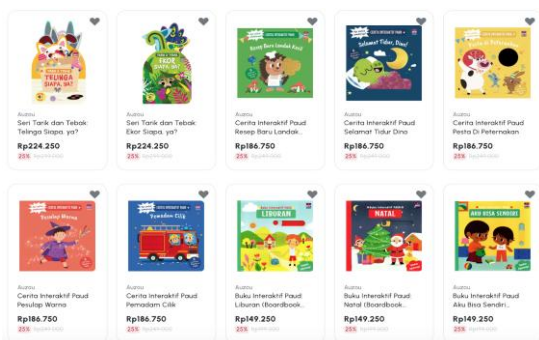
Bersepatu Bot					
Mes contes à animer – Pinocchio	Dongeng Favorit PAUD - Pinokio	2000	co-edition	2022	1 tahun dari tanggal pengiriman

Sumber: diolah oleh peneliti, Desember 2024

Sama seperti Igloo Books pula, Gramedia bermitra dengan Auzou sejak tahun 2022 dengan jenis kerja sama co-edition. Didirikan pada tahun 1973, Auzou memiliki spesialisasi dalam menciptakan buku interaktif dan inovatif yang dirancang untuk mengembangkan keterampilan dan imajinasi anak-anak (Auzou, n.d.). Buku-buku mereka mencakup berbagai format, seperti buku cerita, buku aktivitas, pop-up, puzzle, hingga buku pendidikan.

Penerbit lainnya, seperti Erumi atau Erumi Edutech Co., Ltd. (이루미 에듀테크) yang berasal dari Korea Selatan memiliki jenis mekanisme kerja sama yang berbeda dengan Gramedia sejak tahun 2016, yakni berbasis *royalty agreements* atau *rights*, di mana Gramedia menentukan sendiri percetakan dan jadwal produksi, terdapat beberapa biaya di awal, seperti biaya advance, biaya CD/files dan belum termasuk biaya royalti. Setelah buku dicetak dan dijual, ada biaya royalti yang harus dibayarkan setiap tahunnya dan Gramedia perlu memperpanjang masa kontrak apabila ingin mencetak ulang buku ketika masa kontrak telah habis. Erumi sendiri adalah sebuah perusahaan berbasis di Korea Selatan yang berfokus pada bidang pendidikan, terutama penerbitan buku dan pengembangan teknologi pendidikan (EdTech).

Gambar 2
Tampilan buku terbitan Auzou pada laman Gramedia (Sumber: www.gramedia.com/author/author-auzou)



Tabel 3 Sampel Data Kerja Sama Luar Negeri Penerbit Gramedia dengan Penerbit Erumi (Korea Selatan)

Judul Asli	Judul Indonesia	Jumlah Eksemplar	Jenis Kerja Sama	Tahun Mulai Kerja Sama	Masa Kontrak
Guess? Series: Countries Encyclopedia	Ensiklopedia Anak Hebat: Negara	2000	rights	2016	5 tahun dari tanggal kontrak, renewal 5 tahun

Guess? Series: Human Body Encyclopedia	Ensiklopedia Anak Hebat: Tubuh Manusia	2000	rights	2016	5 tahun dari tanggal kontrak, renewal 5 tahun
Guess? Series: Earth Encyclopedia	Ensiklopedia Anak Hebat: Bumi	2000	rights	2016	5 tahun dari tanggal kontrak, renewal 5 tahun
Guess? Series: Insect Encyclopedia	Ensiklopedia Anak Hebat: Serangga	2000	rights	2016	5 tahun dari tanggal kontrak, renewal 5 tahun
Guess? Series: Plant Encyclopedia	Ensiklopedia Anak Hebat: Tumbuhan	2000	rights	2016	5 tahun dari tanggal kontrak, renewal 5 tahun

Sumber: diolah oleh peneliti, Desember 2024

Sama dengan penerbit lainnya, Erumi juga menggunakan topik pengetahuan umum yang tepat bagi perkembangan anak-anak di usia dini. Dengan tampilan yang penuh warna dan gambar yang intuitif semakin mempermudah pembaca anak-anak dalam memahami isi konten suatu buku. Dengan hadirnya buku yang dapat mengupas sebuah konsep geologi yang kompleks seperti "Bumi" dengan bahasa yang mudah dipahami oleh anak-anak dan didukung visual yang memanjakan mata membuat anak berpengetahuan luas sejak dini. Hal tersebut secara tidak langsung akan membantu perkembangan kognitif anak di masa mendatang ketika sang anak menghadapi permasalahan yang kompleks.

Gambar 3 Buku terbitan Erumi berjudul Ensiklopedia Anak Hebat: Bumi oleh Son Seung Hwi (Sumber:

www.gramedia.com/products/ensiklopedia-anak-hebat-bumi-2019)



Gramedia juga memulai kerja sama dengan penerbit luar negeri lainnya pada tahun 2024 ini dengan tiga penerbit, yakni Wisdom House Inc. (지혜의 집)) dan Borim Publishing (보림출판사 / Borim Chulpansa) yang berasal dari Korea Selatan, serta Tomorrow Publishing House (明天出版社) dari Cina. Mekanisme kerja sama terhadap tiga penerbit ini juga bersifat royalty agreements.

Tabel 4 Sampel Data Kerja Sama Luar Negeri Penerbit Gramedia dengan Penerbit Wisdom House (Korea Selatan)

Judul Asli	Judul Indonesia	Jumlah Eksemplar	Jenis Kerja Sama	Tahun Mulai Kerja Sama	Masa Kontrak
내 사랑 어디 갔어?	Di Mana Permenku?	1500	rights	2024	5 tahun dari tanggal kontrak

Sumber: diolah oleh peneliti, Desember 2024

Gramedia sejauh ini hanya bermitra 1 buku dengan Wisdom House dengan buku "Di Mana Permenku?." Berbeda dengan penerbit lain yang menggunakan subjek pengetahuan umum, Wisdom House menghadirkan cerita pendek, yakni menceritakan seekor Beruang yang menemukan permen yang jatuh dari langit. Sontak Beruang tersebut memakan semua permen itu tanpa membagikannya dengan teman-teman lainnya. Tidak hanya itu, Beruang tersebut menyembunyikan semua permennya di bawah bantu, dan perjalanan cerita dimulai ketika permen-permen tersebut hilang. Secara umum cerita Beruang ini mengajarkan anak untuk belajar berbagi. Selain menghadirkan pesan moral, buku ini hadir secara bilingual (Indonesia dan Inggris) untuk mengasah kemampuan berbahasa anak. Dari dongeng dan fabel—banyak petualangan, pahlawan, hewan yang dipersonifikasikan, hutan ajaib, dan benda-benda ajaib, anak mendapatkan pengalaman,

perasaan, dan belajar untuk mengatasi suatu hambatan, kerentanan dirinya, dan rasa malu (Pulimeno, Piscitelli & Collazo, 2020).

Gambar 4 Buku terbitan Wisdom House berjudul **Di Mana Permenku?** oleh Kim Lily

(Sumber:

www.gramedia.com/products/di-mana-permenku?)



Gramedia menjalankan mitra dengan penerbit Borim pada tahun 2024 dengan masa kontrak 5 tahun. Sejauh ini, penerbit Borim hanya menghadirkan satu buku dengan judul "Dralala Si Dokter Drakula."

Tabel 5 Sampel Data Kerja Sama Luar Negeri Penerbit Gramedia dengan Penerbit Borim (Korea Selatan)

Judul Asli	Judul Indonesia	Jumlah Eksemplar	Jenis Kerja Sama	Tahun Mulai Kerja Sama	Masa Kontrak
드라큘라 치과	Dralala si Dokter Drakula	2000	rights	2024	5 tahun dari tanggal kontrak

Sumber: diolah oleh peneliti, Desember 2024

Konsep cerita yang dihadirkan cukup menarik dengan menggunakan tokoh Drakula, di mana sering digambarkan sebagai sosok yang menyeramkan di media *mainstream*. Terlebih bagi pembaca anak Indonesia tidak semuanya mengerti konsep tokoh Drakula itu sendiri karena konteks tokoh itu berada tidak berasal di Indonesia, sehingga pemahaman konteks dari pembaca terhadap buku ini menjadi tantangan tersendiri. Tentu buku ini dapat bermanfaat bagi pembaca anak-anak karena memberikan pengetahuan suatu budaya dari luar negeri, yakni Drakula—dengan konsep yang tidak menyeramkan tentunya.

Gambar 5 Buku terbitan Borim berjudul *Dralala Si Dokter Drakula*

oleh Yoon Dom-yo
(Sumber:
www.gamedia.com/products/dralala-si-dokter-drakula)



Terakhir, penerbit Tomorrow dari Cina juga menghadirkan cerita-cerita pendek lewat kerja samanya dengan Gamedia per tahun 2024 dengan masa kontrak 5 tahun. Penerbit Tomorrow berbeda dengan penerbit dari Barat lainnya yang secara umum menggunakan subjek pengetahuan umum.

Tabel 6 Sampel Data Kerja Sama Luar Negeri Penerbit Gamedia dengan Penerbit Tomorrow (Cina)

Judul Asli	Judul Indonesia	Jumlah Eksemplar	Jenis Kerja Sama	Tahun Mulai Kerja Sama	Masa Kontrak
There is A Monster in the Kindergarten	Ada Monster di Taman Kanak-Kanak	1500	rights	2024	5 tahun dari tanggal kontrak
When the Mice Family Comes to Visit	Hari Raya Keluarga Tikus	1500	rights	2024	5 tahun dari tanggal kontrak
The Robot Tony	Temanku, Tony si Robot	1500	rights	2024	5 tahun dari tanggal kontrak
Three Friends	Tiga Sekawan dan Pria Misterius	1500	rights	2024	5 tahun dari tanggal kontrak
Green Gem and Purple Jade	Si Zamrud dan si Giok	1500	rights	2024	5 tahun dari tanggal kontrak

Sumber: diolah oleh peneliti, Desember 2024

Gambar 6 Buku terbitan Tomorrow berjudul Tiga Sekawan dan Pria Misterius oleh Luo Ling

(Sumber:

www.gramedia.com/products/tiga-sekawan-dan-pria-misterius)



Salah satu buku terbitan Tomorrow berjudul "Tiga Sekawan dan Pria Misterius" oleh Luo Ling ini menyajikan kisah-kisah dari berbagai wilayah Asia, tentu ini dapat memperkaya wawasan pembaca anak-anak. Anak-anak dapat belajar bagaimana isi konteks, pola, dan pesan moral dari setiap cerita dari wilayah lain. Semakin banyak paparan informasi yang didapatkan oleh pembaca anak, nantinya anak tersebut akan tumbuh menjadi seseorang yang paham dan memahami akan perbedaan di kehidupan sehari-hari. Kurangnya paparan terhadap keragaman ras atau budaya dapat secara negatif mempengaruhi preferensi ras pada anak-anak. Sebaliknya, dengan mengekspos dan membiasakan bayi dan anak kecil dengan keragaman ras melalui (antara lain) buku, kita memberikan kesempatan untuk perubahan sosial yang positif di masa depan.

Gramedia membeli hak penerjemahan dan distribusinya yang kemudian diterjemahkan dan

disesuaikan dengan pasar Indonesia. Beberapa buku disesuaikan dengan kebutuhan budaya dan bahasa Indonesia, sementara yang lain tetap dalam bahasa aslinya, yakni bahasa Inggris untuk memenuhi kebutuhan pembelajaran bahasa asing. Adaptasi ini memastikan konten tetap relevan bagi audiens lokal. Kerja sama ini mencerminkan globalisasi dalam dunia literasi, di mana konten internasional dapat diakses oleh masyarakat lokal, khususnya anak-anak Indonesia. Hal ini dapat memperluas wawasan anak-anak Indonesia terhadap budaya dan nilai-nilai global, dengan memperkenalkan nilai-nilai universal melalui literatur. Di sisi lain, Gramedia memainkan peran sebagai perantara dalam diplomasi budaya, memperkuat hubungan antara Indonesia dan penerbit internasional.

Menurut hasil wawancara penulis dengan tim BIP (Bhuana Ilmu Populer) selaku penerbit yang berada dibawah Gramedia, sekitar 80% buku anak yang didistribusikan Gramedia merupakan terjemahan dari buku internasional. Buku-buku tersebut tidak hanya menjadi *best seller* di pasar lokal, tetapi juga mendapatkan respons positif dari orang tua dan guru sebagai konsumen utama. Sebagai contoh, Seri Ensiklopedia Anak Hebat dari penerbit Erumi asal Korea Selatan telah menjadi salah satu produk unggulan. Selain itu, kerja sama ini juga menjadi peluang untuk mengadopsi teknologi produksi buku yang lebih modern, seperti buku pop-up dan buku *augmented reality* (AR), yang saat ini sedang diminati di pasar global. Gramedia memanfaatkan tren ini untuk

menarik perhatian generasi muda yang semakin akrab dengan teknologi. Dengan demikian, peran Gramedia dalam menghadirkan buku anak impor di Indonesia dengan cara menggaet kerja sama dengan beberapa penerbit luar negeri, dan jenis kerja sama yang dijalankan pun berbeda-beda, baik menggunakan skema *co-edition* maupun dengan membeli *rights*. *Genre* yang dihadirkan oleh penerbit-penerbit tersebut juga beragam, mulai dari pengetahuan umum, seperti geografi, astronomi, dan anatomi tubuh, hingga cerita pendek yang sarat akan filosofi, pesan moral, serta budaya dari negara lain. Hadirnya banyak pilihan buku bagi anak-anak Indonesia dari luar negeri ini secara tidak langsung telah memperkaya konten literatur di Indonesia. Dengan adanya sumber bacaan yang variatif tentu bermanfaat bagi perkembangan literasi anak di Indonesia serta kognitif dan sosial anak ke depannya.

Dampak Buku Anak Internasional terhadap Literasi Anak Indonesia

Buku anak internasional yang diimpor Gramedia memiliki dampak yang signifikan terhadap perkembangan literasi anak di Indonesia. Beberapa dampak positifnya meliputi:

1. **Pembentukan Karakter dan Wawasan Global:** Buku-buku impor membawa tema-tema seperti keberagaman, toleransi, dan kreativitas yang membantu anak-anak memahami dunia dengan perspektif yang lebih inklusif. Contohnya, buku interaktif dari

Auzou mengajarkan nilai kerja sama melalui cerita yang mudah dipahami.

2. **Peningkatan Minat Baca:** Buku-buku impor dengan desain dan fitur interaktif yang menarik mampu meningkatkan minat baca di kalangan anak-anak. Hal ini terlihat dari statistik penjualan buku impor Gramedia yang terus meningkat setiap tahun.

3. **Penyebaran Nilai-Nilai Global:** Buku-buku ini menjadi media untuk menyebarkan nilai-nilai global yang relevan dengan tantangan zaman, seperti keberlanjutan lingkungan dan teknologi.

4. **Akses ke Konten Inovatif:** Anak-anak Indonesia mendapatkan akses ke buku-buku dengan pendekatan inovatif yang jarang ditemukan dalam buku lokal, seperti format buku berbasis aktivitas yang merangsang kreativitas anak.

Terkait dengan hadirnya tantangan berupa budaya dari luar negeri yang sekiranya akan tidak sesuai dengan budaya lokal, secara umum buku-buku yang diimpor oleh Gramedia tidak menemukan suatu bacaan tertentu yang berisikan budaya yang tidak cocok dengan konteks lokal Indonesia, terlebih bagi anak. Buku-buku yang dihadirkan sebagian besar bertemakan pengetahuan umum yang bermanfaat baik bagi perkembangan anak, baik dari sisi fisiologis dan sosial. Buku-buku cerita pendek yang menghadirkan budaya dan pesan moral dari negara lain juga membawa manfaat bagi pembaca anak secara tidak langsung. Selain itu, kendala harga menjadi perhatian karena buku impor cenderung memiliki harga lebih tinggi dibandingkan buku lokal. Untuk

mengatasi hal ini, Gramedia sering menawarkan diskon khusus atau paket bundel agar buku-buku ini lebih terjangkau bagi keluarga Indonesia.

Strategi Pemasaran dan Distribusi

Dalam memaksimalkan dampak buku anak impor, Gramedia menerapkan berbagai strategi pemasaran, antara lain:

1. Program Literasi Global: Mengadakan diskusi literasi, lokakarya kreatif, dan storytelling dengan penulis atau ilustrator internasional.
2. Pemasaran Digital: Promosi melalui media sosial, marketplace, dan kampanye digital yang menjangkau audiens lebih luas. Konten interaktif seperti video animasi dan ulasan buku juga digunakan untuk menarik perhatian anak-anak dan orang tua.
3. Ekspansi Distribusi: Buku-buku impor tidak hanya tersedia di toko buku Gramedia, tetapi juga didistribusikan melalui reseller lokal dan platform digital untuk menjangkau daerah terpencil.

Gramedia juga mengintegrasikan buku-buku ini ke dalam program literasi anak yang melibatkan sekolah dan komunitas. Program-program ini bertujuan untuk meningkatkan minat baca sekaligus memperkenalkan anak-anak pada konsep-konsep global yang relevan. Sebagai contoh, program "Gramedia Reading Corner" menyediakan buku-buku impor di sekolah-sekolah yang kekurangan fasilitas literasi, dengan fokus pada daerah 3T (tertinggal, terdepan, dan terluar) (Sinaga, 2024).

Hasil riset ini menunjukkan dampak globalisasi terhadap perkembangan literasi anak-anak di Indonesia. Riset ini menggambarkan bagaimana kolaborasi antar penerbit secara lintas batas dapat meningkatkan konten sastra dalam negeri dan berfungsi sebagai sarana diplomasi budaya dengan mengkaji peran strategis Gramedia dalam mengimpor dan mendistribusikan buku anak-anak asing. Melalui inisiatif ini, diharapkan Indonesia berada pada posisi yang lebih baik dalam kancah literasi dan pendidikan global. Selain itu, riset ini dapat membantu meningkatkan kesadaran masyarakat akan keragaman buku anak-anak asing yang saat ini tersedia di Indonesia. Buku-buku ini mendorong perkembangan kognitif dan budaya anak-anak dengan memperkenalkan mereka pada berbagai budaya, kepercayaan, dan sistem pengetahuan. Dengan semakin meningkatnya kesadaran masyarakat akan jangkauan global dalam sastra anak-anak, terdapat lebih banyak peluang juga untuk menumbuhkan keterbukaan pikiran, budaya membaca, dan pemahaman antarbudaya yang lebih kuat di antara anak-anak di Indonesia.

Secara praktis, riset ini juga menggarisbawahi mengenai pentingnya kerja sama internasional yang dilakukan oleh penerbit lokal dengan mitra internasional dalam mengetasi tantangan literasi di negara-negara berkembang. Melalui adaptasi budaya yang cermat, kurasi konten, dan beragam penawaran buku, strategi Gramedia menawarkan model praktik terbaik yang dapat diikuti oleh penerbit lain untuk meningkatkan akses anak-

anak Indonesia ke materi bacaan berkualitas tinggi dan relevan secara global.

4. Simpulan

Upaya Gramedia dalam memperkenalkan buku anak impor mencerminkan dinamika globalisasi dalam literasi anak. Melalui kerja sama dengan penerbit internasional, Gramedia berhasil menghadirkan konten berkualitas yang tidak hanya memperkaya literasi anak Indonesia, tetapi juga membuka wawasan mereka terhadap nilai-nilai global. Buku-buku ini berkontribusi pada pembentukan karakter inklusif dan minat baca, sekaligus mendukung hubungan internasional dalam sektor pendidikan dan budaya. Gramedia setidaknya melakukan mitra dengan lima penerbit dari luar negeri, seperti Igloo Books dari Inggris, Auzou dari Prancis, Erumi, Wisdom House, Borim dari Korea Selatan dan Tomorrow dari Cina. Mekanisme kerja sama yang dilakukan juga berbeda-beda, ada yang menggunakan basis *co-edition* maupun *royalty agreements*. Gramedia dalam menyesuaikan konten global dengan budaya lokal tetap menjadi perhatian utama. Proses kurasi yang ketat dan strategi pemasaran yang inovatif diperlukan untuk memastikan bahwa buku-buku ini dapat diterima dengan baik oleh pasar Indonesia. Gramedia tidak hanya mampu menyediakan akses bagi anak-anak Indonesia ke buku-buku impor yang mencerminkan standar pendidikan global, tetapi juga memperkenalkan diversitas budaya dan nilai-nilai universal seperti toleransi, keberagaman, dan empati. Kerjasama ini memperkaya

literasi anak-anak dengan memperkenalkan mereka pada berbagai perspektif, sekaligus mempromosikan literatur Indonesia ke kancah internasional. Pada akhirnya, kolaborasi semacam ini tidak hanya meningkatkan mutu pendidikan anak, tetapi juga membangun hubungan lintas budaya yang kuat, mendorong pertukaran nilai-nilai positif, dan memperkuat peran Indonesia dalam jaringan global penerbitan buku. Hal ini menjadikan buku anak-anak sebagai media strategis yang tidak hanya mendidik, tetapi juga membangun generasi yang lebih terbuka, toleran, dan siap menghadapi tantangan global.

Daftar Pustaka

- Auzou. (n.d.). Discover Auzou: our story - Auzou.co.uk. <https://auzou.co.uk/help/our-story>
- BIP. (n.d.). Bhuana Ilmu Populer. <https://penerbitbip.id/about-us>
- Boy, N. D., Pranata, A. A., & Efendi, A. (2022). Collaboration Of Publishers And The Literacy Communities To Enhance The Reading And Writing Interest In Jambi. International Conference of Humanities and Social Science, 2. <https://programdoktorpbiuns.org/index.php/proceedings/article/view/164/180>
- Central Connecticut State University. (2019, March 8). World's Most Literate Nations. <http://www.ccsu.edu/wmln/rank.htm>
- Choiriyah Choiriyah, C., Widiati, D., &

- Emiliana, W. (2023). The Role of Literacy in Increasing Children's Reading Interest in Early Childhood. *Indonesian Journal of Early Childhood Education Studies*, 12(2).
- Delaney, M. (2024, October 19). Scripps Howard Fund invests \$1.5 million in child literacy. *Philanthropy News Digest*. Retrieved December 15, 2024, from <https://philanthropynewsdigest.org/news/scripps-howard-fund-invests-1.5-million-in-child-literacy>
- Giddens, A. (1990). *The consequences of modernity*. Stanford University Press.
- Hay, C. (2020). Globalization's Impact on States. <https://doi.org/10.1093/hepl/9780198820642.003.0011>
- Hay, C., Lister, M., & Marsh, D. (Eds.). (2022). *The State: Theories and Issues*. Bloomsbury Academic.
- Igloo Books. (n.d.). About us – Igloo books. <https://igloobooks.com/us/about-us/>
- INOVASI. (2019, February). Laporan Baseline: Malinau dan Bulungan, Kalimantan Utara. INOVASI. <https://www.inovasi.or.id/id/publikasi/laporan-baseline-kalimantan-utara/>
- Kabuto, B., & Harmey, S. (2019). Literacy in a Global Context: Educational Policy, Pedagogy, and Teacher Education. *Global Education Review*, 6(2). https://www.researchgate.net/publication/334573450_Literacy_in_a_Global_Context_1_Literacy_in_a_Global_Context_Educational_Policy_Pedagogy_and_Teacher_Education
- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. (2019). *Indeks Aktivitas Literasi Membaca 34 Provinsi*. Pusat Penelitian Kebijakan Pendidikan Dan Kebudayaan Badan Penelitian Dan Pengembangan Kementerian Pendidikan Dan Kebudayaan.
- Nihayah, R. W., & Revina, S. (2020, September 11). Shortage of libraries and quality readings causes Indonesia's literacy crisis | Program Rise Di Indonesia. *Program Rise Di Indonesia* |. Retrieved December 15, 2024, from <https://rise.smeru.or.id/en/blog/shortage-libraries-and-quality-readings-causes-indonesia%E2%80%99s-literacy-crisis>
- PISA. (2023, December 5). PISA 2022 Results (Volume I and II) - Country Notes: Indonesia. OECD. Retrieved December 15, 2024, from https://www.oecd.org/en/publications/pisa-2022-results-volume-i-and-ii-country-notes_ed6fbcc5-en/indonesia_c2e1ae0e-en.html
- Pulimeno, M., Piscitelli, P., & Colazzo, S. (2020). Children's literature to promote students' global development and wellbeing.

- Health Promotion Perspectives, 10(1), 13–23.
<https://doi.org/10.15171/hpp.p.2020.05>
- Rintaningrum, R. (2019). Explaining the important contribution of reading literacy to the country's generations: Indonesian's perspectives. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*.
- Sapiro, G. (2010). Globalization and cultural diversity in the book market: The case of literary translations in the US and in France. *Poetics*, 38(4), 419–439.
<https://doi.org/10.1016/j.poetic.2010.05.001>
- Sinaga, T. M. (2024, April 30). Reading Corner at Bentara Budaya Continuing Kompas Gramedia'S Literacy Mission. [kompas.id](https://www.kompas.id/baca/english/2024/04/30/en-pojok-baca-di-bentara-budaya-melanjutkan-misi-literasi-kompas-gramedia).
<https://www.kompas.id/baca/english/2024/04/30/en-pojok-baca-di-bentara-budaya-melanjutkan-misi-literasi-kompas-gramedia>
- Steger, M. B. (2017). *Globalization: A very short introduction* (5th ed.). Oxford University Press.
- UNESCO. (2024, September 17). Literacy: what you need to know. UNESCO. Retrieved December 15, 2024, from <https://www.unesco.org/en/literacy/need-know>