

Pengembangan Ragam Produk Kain Tenun Buton sebagai Upaya Revitalisasi Kebudayaan Buton (*Variety Development of Buton Woven Fabric Products as Revitalization Efforts of Buton Culture*)

¹Nur Sabariah, ²Roro Retno Wulan, ³Mohammad Isa Pramana
Koesoemadinata

^{1,2,3}Magister Desain, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom, Bandung, 40257, Indonesia

E-mail penulis korespondensi : nursabariaharif93@gmail.com

Abstrak

Kain tenun khas Buton merupakan salah satu warisan budaya dengan aneka makna simbolis. Kain tenun khas Buton merupakan hasil dari kolaborasi budaya yang ada di daerah dalam ranah kesenian yang merupakan refleksi estetik jati diri masyarakat Buton. Tujuan penelitian ini dilakukan yakni untuk mengetahui potensi pengembangan produk yang dapat dikembangkan dari tenun Buton untuk menambah keberagaman. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif yaitu analisis deskriptif dalam menganalisis fenomena budaya pada penggunaan kain tenun khas Buton. Dalam pengumpulan data pendukung dilakukan dalam jaringan (*online*) melalui observasi, studi pustaka, dokumentasi serta wawancara mendalam. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah yang berkaitan dengan kain tenun khas Buton, mulai dari sejarah tenun Buton hingga filosofi dan penggunaan tenun Buton. Berdasarkan hasil analisis, dapat diketahui bahwa kain tenun khas Buton memiliki nilai-nilai dan aturan penggunaan yang sangat detail. Saat ini pemanfaatan motif menjadi beragam produk masih berfokus pada unsur estetis saja, namun demikian dibutuhkan tidak hanya sekedar pemanfaatan motif saja, tetapi juga perlu dilengkapi penjelasan atau deskripsi yang berbeda-beda dari setiap motif sebagai upaya untuk mempromosikan serta melestarikan kain tenun khas Buton. Adapun pemasaran produk secara *online* serta perancangan produk yang mengikuti *trend* merupakan langkah yang tepat untuk menyesuaikan era sekarang.

Kata kunci : Kebudayaan, Kota Baubau, Sulawesi Tenggara, Tenun Buton

Abstract

Buton woven fabric is a cultural heritage with various symbolic meanings. The typical Buton woven fabric is the result of cultural collaboration that exists in the area in the realm of art which is a reflection of the aesthetic identity of the Buton people. The purpose of this research is to determine the potential for product development that can be developed from Buton weaving to increase diversity. The method used in this research is qualitative, namely descriptive analysis in analyzing cultural phenomena in the use of typical Buton woven fabrics. The collection of supporting data is carried out in a network (online) through observation, literature study, documentation and in-depth interviews. The theory used in this study is related to the typical Buton woven fabric, starting from the history of Buton weaving to the philosophy and use of Buton weaving. Based on the analysis, it can be seen that the typical Buton woven fabric has very detailed values and usage rules. Currently the use of motifs into a variety of products still focuses on aesthetic elements, however, it requires not only the use of motifs, but also needs to be equipped with different explanations or descriptions of each motif as an effort to promote and preserve Buton woven fabrics. Online product marketing and trend-following product design are the right steps to adjust to the current era.

Keywords : Culture, Baubau City, Southeast Sulawesi, Buton woven fabric

PENDAHULUAN

Banyak aspek yang dapat dijadikan peluang untuk meningkatkan perekonomian Kota Baubau, salah satu diantaranya adalah potensi kebudayaan Kota Baubau baik *tangible*, *intangibile* maupun bentang alamnya. Kebudayaan *tangible* adalah kebudayaan dalam bentuk benda (artefak) (Tahara, 2019). Salah satu kebudayaan *tangible* yang menjadi kebanggaan yakni Benteng Wolio yang memiliki luas 2740 meter persegi dan dibangun pada tahun 1591-1596. Benteng Keraton Buton telah dinobatkan sebagai benteng terluas di dunia. Selain itu, terdapat beberapa benteng lainnya yakni, Benteng Sorawolio 1, Benteng Sorawolio 2, Benteng Baadia, Masigi Ogena, Mesjid Quba,

Batu Popaua, Batu Gandangi, Tiang bendera *Kasulana Tombi*, Jangkar Kapal, Meriam, Kompleks Makam, Rumah adat (*Malige, kamali, Banua Tada*) Istana Ilmiah, Goa-Goa, Kerajinan Perak dan Kuningan, Kerajinan *Panamba*, Batu Pelantikan Sultan Buton, serta kain tenun khas Buton, kerajinan gerabah dan lain-lain. Kebudayaan *intangibile* adalah kebudayaan non benda, kebudayaan ini biasanya berwujud upacara adat istiadat maupun tradisi ritual yang selama ini masih dipertahankan oleh masyarakat Buton di Kota Baubau (Tahara, 2019). Beberapa kebudayaan *intangibile* yang terdapat di Kota Baubau dan sampai saat ini masih dilaksanakan oleh masyarakat, yaitu upacara adat *posuo* (pingitan), upacara adat *posipo* (7 bulanan), upacara adat *alana bulua* (aqiqah), upacara adat *dole-dole tandaki, Posusu, Kawia, Pomalo, Haroa, kande-kandea, maludhu*, tari-tarian, kabanti (kesenian yang menggunakan alat music tradisional gambus), Permainan Rakyat (*pebudho, pelujo, pakaleko, pakasedhe-sedhe, edha, pakaopo-opo*) dan lainnya.

Kain tenun khas Buton merupakan salah satu warisan budaya dengan aneka makna simbolis. Corak atau motif dari kain tenun khas Buton mayoritas terinspirasi dari objek 3 alam yang ditemukan di lingkungan sekitar. Kemampuan masyarakat Buton berguru pada alam memberi pengaruh yang sangat besar dalam kehidupan sosial budaya. Hal ini dapat dilihat dari berbagai aspek kehidupan masyarakat Buton yang tercermin pada aktivitas, sifat dan perilaku masyarakat itu sendiri. Tenun dianggap mampu menjadi perekat bagi masyarakat Buton, sebab kain tenun khas Buton adalah perwujudan orang-orang Buton dalam memahami lingkungannya. Belajar dari alam merupakan sumber inspirasi untuk mewujudkan kearifan lokal. Kerajinan tenun telah dikenal masyarakat Buton secara turun-temurun. Kain tenun dikerjakan dengan penuh keterampilan, ketekunan dan kesabaran. Umumnya kegiatan menenun dikerjakan oleh wanita untuk memenuhi kebutuhan sandang keluarga. Kain tenun khas Buton tidak hanya berfungsi sebagai elemen estetis saja, namun juga untuk menunjukkan identitas diri dan stratifikasi sosial.

Kain tradisional, khususnya kain tenun khas Buton merupakan hasil dari kolaborasi budaya yang ada di daerah dalam ranah kesenian yang merupakan refleksi estetis jati diri masyarakat Buton. Kesenian sebagai sistem kebudayaan telah mengikat dan mempersatukan bermacam-macam perbedaan yang ada dalam masyarakat Buton sehingga membentuk suatu desain yang dapat diterima dan memiliki nilai. Dalam konteks kebudayaan, desain digunakan untuk menciptakan sebuah kode atau tanda bermakna budaya dengan terlebih dahulu mengembangkan konsep-konsep dan menguraikan rincian dari budaya tersebut. Desain merupakan hasil dari kolaborasi antara manusia, alam, dan lingkungan sosial yang lahir dengan dukungan dari berbagai faktor, seperti ilmu pengetahuan dan teknologi, tatanilai, budaya, kaidah estetika, kondisi ekonomi, politik serta proyeksi perkembangan yang mungkin terjadi di masa depan. Desain adalah salah satu manifestasi kebudayaan yang berwujud dan merupakan produk nilai-nilai untuk kurun waktu tertentu (Widagdo, 2005). Karya desain bukan hanya memecahkan masalah manusia saja, tetapi juga bermuatan nilai-nilai yang membangun peradaban (Sachari, 2006). Berkaitan dengan eksistensi dan perkembangan kain tenun khas Buton, saat ini dibutuhkan pengembangan produk *tangible* kain tenun khas Buton menjadi beragam produk sebagai upaya untuk melestarikan warisan budaya guna mendukung keberlangsungan hidup masyarakat dan memajukan perekonomian daerah. Oleh karena itu, penelitian ini akan menganalisis tentang potensi pengembangan produk yang dapat dilakukan pada kain tenun khas Buton guna menambah keberagaman.

KAJIAN TEORI

Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah yang berkaitan dengan kain tenun khas Buton, mulai dari sejarah tenun Buton hingga filosofi dan penggunaan tenun Buton. Desa Sula'a adalah kampung tenun tertua di Pulau Buton. Tenunnya sendiri sudah ada dari abad ke-14. Terbukti dari adanya *Kampua* (uang yang digunakan terbuat dari kain tenun). Kala itu pembuatan *Kampua* hanya boleh ditunen oleh putri-putri kerajaan. Menenun berkaitan dengan *gender*, secara kultural dilakukan oleh kaum perempuan (*Bawine*). Kaum laki-laki berlayar untuk memenuhi kebutuhan hidup sekaligus sebagai pendukung kebudayaan maritim. Sejak kecil perempuan Buton sudah diajarkan menenun. Dahulu untuk mengukur tingkat kedewasaan seorang wanita untuk menikah antara lain dari kemampuan menenun kain (*Tanu Bia*). Awal mula penenun masih menggunakan alat dan bahan pewarna sederhana. Penggunaan warna benang putih diberi variasi warna menggunakan pewarna alam dari tumbuh-tumbuhan disekitar. Warna hitam dari daun nilam

ataupun kulit kayu ketapang. Warna merah dari pinang. Warna Cream dari kulit buah pinan. Warna merah kecoklatan dari mengkudu. Warna kuning dari buah kunyit. Warna merah marun dari kayu bulim.

Corak (*Lau*) *Katamba* untuk laki-laki sebagai simbol keseimbangan, adil, kokoh, kuat dan tegas sebagai mana corak kotak-kotak yang dihasilkan. Keseimbangan yang nampak merupakan harapan agar kaum laki-laki bertanggungjawab kepada keluarga serta masyarakat. *Lau Katamba* dapat digunakan oleh kaum wanita yang sudah menikah bermakna wanita juga turut bertanggung jawab atas rumah tangganya. Namun *Lau Katamba* yang digunakan oleh wanita memiliki motif kotak-kotak yang lebih kecil jika dibandingkan laki-laki. Hal ini bermakna walaupun wanita ikut bertanggungjawab, namun tanggungjawab laki-laki tetap lebih besar dari seorang wanita.



Gambar 1. *Lau Katamba Yijo*-Motif untuk Laki-laki
(Sumber : Buku Kerajinan Tradisional Buton : Warisan Negeri yang Menakjubkan,2020)



Gambar 2. *Lau Katamba* Digunakan oleh Perempuan yang Sudah Menikah
(Sumber : Dokumentasi Penulis, 2019)

Corak untuk wanita disebut *Samasili*, *Kasopa*, *Leja*. Berbentuk garis lurus berulang yang menyimbolkan kejujuran, kebersamaan, konsistensi, kesederhanaan, lurus dan feminis (*abawine*) serta lemah lembut.



Gambar 3. Motif untuk Perempuan
(Sumber : triptrus.com)

Penggunaan motif salur juga digunakan pada jubah adat seorang laki-laki, namun ini berbeda dengan motif yang digunakan oleh wanita. Penggunaan motif garis pada laki-laki memiliki motif yang lebih besar dibandingkan wanita. Motif pada jubah laki-laki juga memiliki aturan yakni garis pada jubah pejabat kesultanan lebih besar dibandingkan pejabat diluar kesultanan. Selain motif pada jubah juga dapat terlihat perbedaan dari lebar lengan baju dan panjang jubah. Pejabat kesultanan memiliki lebar lengan baju yang lebih lebar. Hal ini bermakna bahwa seorang pejabat kesultanan memiliki wewenang yang lebih lebar/luas dibanding pejabat di luar kesultanan.

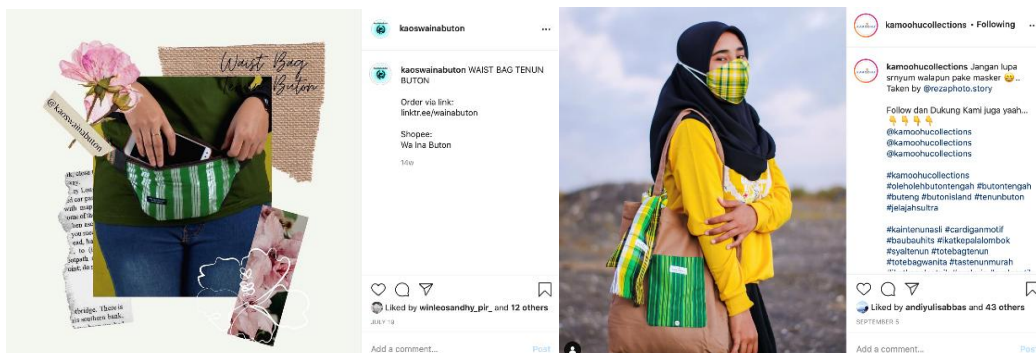
Dalam penggunaannya, kain tenun khas Buton sangat erat dengan kehidupan sehari-hari masyarakat Buton. Sejak bayi hingga meninggal dunia tenun Buton selalu menjadi hal yang wajib ada. Terdapat turan yang sangat mendetail terkait penggunaan tenun ini. Masyarakat Buton terbagi menjadi 3 golongan, yakni *Kaomu* (bangsawan), *Walaka*, *Papara*. Masing-masing golongan ini memiliki aturan tersendiri dalam penggunaan tenun Buton. Penggunaan tenun Buton berawal ketika bayi, sarung tenun buton bisa digunakan untuk membungkus dan menyelimuti bayi. Selain itu sarung buton juga digunakan *Kabue* atau ayunan bayi. Kegiatan *Dole-dole anak bayi/balita* juga menggunakan tenun buton baik untuk bayi maupun untuk *Bisa* (Dukun adat). Ketika beranjak remaja seorang wanita disebut *kabua-bua* menggunakan pakaian adat *Bia Leja Kumbaeya* (Sarung motif lurus dengan benang berkilau) dipadukan dengan *Baju Kaboroko* (Baju adat berkerah) dan *Popungu Kelu-kelu*. Seorang wanita yang telah dipingit tidak menggunakan *Bia Leja Kumbaeya* lagi namun menggunakan sarung dengan atas berwarna hitam dan bagian bawah berwarna putih. Penyebutan wanita ini bukan *Kabua-bua* melainkan menjadi *Kalambe*.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif yaitu analisis deskriptif dalam menganalisis fenomena budaya pada penggunaan kain tenun khas Buton. Dalam pengumpulan data pendukung dilakukan dalam jaringan (*online*) melalui observasi, studi pustaka, dokumentasi serta wawancara mendalam. Narasumber pada penelitian ini adalah budayawan, dukun adat, serta masyarakat sebagai pengguna kain tenun buton. Pemilihan narasumber pada penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Data yang diperoleh selanjutnya dianalisis secara deskriptif setelah melalui tahapan sebagai berikut: memilah, mengelompokkan, dan menetapkan relasi antara kategori data yang satu dengan yang lain (Ahimsa-Putra, 2009).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Saat ini fungsi tenun Buton tidak hanya menjadi sarung, jubah dan baju saja namun kini sudah dikembangkan menjadi beberapa jenis produk lainnya. Diantaranya pengolahan tenun buton ini dapat dilihat pada produk- produk kreatif yang penggabungan trend yang sedang berlangsung. Contohnya pada **brand Wa Ina Buton** membuat *waist bag* dari tenun buton dipadukan dengan bahan lainnya. Selanjutnya pada **brand Kamoohu Collection** mengembangkan tren jaket *jeans* atau *denim* yang dipadukan dengan tenun buton, serta masker dan tas lipat. Pada produk **Vee Craft** mengembangkan tenun buton menjadi gelang tenun, kalung, topi, scarf dan dasi. Serta pada produk *the Butonesse* pengembangan produk menjadi tas, sepatu, masker, serta penyambung masker.



Gambar 4. Waist Bag, Masker dan Tas Lipat Kain Tenun Khas Buton
(Sumber : Instagram @kaoswainabuton dan @kamoohucollections)



Gambar 5. Jaket *Denim* yang Dipadukan Dengan Tenun Buton dan Motif Kain Buton yang Digunakan sebagai Hijab

(Sumber : Instagram @kamoohucollections dan @the_butonese)



Gambar 6. Tenun Buton yang Diolah Menjadi Kalung, Gelang, Dasi dan Masker.

(Sumber : Instagram @vier_vee dan @the_butonese)

Berdasarkan gambar dari setiap varian produk, dapat diketahui bahwa pemasaran produk tenun Buton masih berfokus pada pemanfaatan berbagai motif kain tenun khas Buton menjadi beragam produk, namun demikian, saat ini dibutuhkan tidak hanya sekedar pemanfaatan motif saja, tetapi juga perlu dilengkapi penjelasan atau deskripsi yang berbeda-beda dari setiap motif sebagai upaya untuk mempromosikan serta melestarikan kain tenun khas Buton.

Bentuk kain tenun khas Buton jika masih dalam lembaran kain adalah 400 cm x 60 cm. Dengan 3 jenis kain yang dihasilkan masih dapat dieksplorasi lagi. Misalkan sarung yang terbuat dari bahan emas yang berkilau, dari kambari yang tebal, kaku namun kuat atau pembuatan produk dari benang *samasili* yang lembut dan dingin. Pada penerapan motif ini tidak boleh sembarangan misalkan tenun motif untuk bangsawan digunakan untuk alas kaki. Sebaiknya menggunakan tenun yang digunakan untuk produk *fashion* adalah tenun yang terinspirasi dari keindahan. Misalkan dari bunga-bunga seperti motif *Kambana Wola* atau *Tombo*.

Untuk menganalisis strategi pengembangan produk baru pada penelitian ini akan digunakan matriks SWOT dalam mendeskripsikan *strength* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunity* (kesempatan), dan *threat* (ancaman) seperti yang terlihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Matriks SWOT Potensi Pengembangan Kain Tenun Khas Buton (Sumber : Dokumen Peneliti, 2020)

FAKTOR INTERNAL FAKTOR EKSTERNAL	KEKUATAN	KELEMAHAN
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sudah memiliki target pasar tetap. 2. Produk yang dihasilkan beragam, berkualitas, inovatif, dan memiliki nilai atau cerita dari setiap motif tenun. 3. Sistem produksi dan pemasaran yang baik. 4. SDM terampil dan berpengalaman. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Logo usaha belum memiliki nilai atau ciri khas yang mudah diingat. 2. Jenis produk yang dihasilkan stagnan, kurang variatif. 3. Pengaturan sistem produksi yang belum tertata. 4. Keterbatasan wilayah penjualan.

<p>PELUANG</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya permintaan pasar terhadap berbagai produk olahan kain tenun khas Buton. 2. Dukungan eksternal dalam bidang finansial cukup tersedia. 	<p>STRATEGI PEKU</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan inovasi sehingga menghasilkan jenis produk baru yang memiliki nilai atau cerita dari setiap motif tenun. 2. Memperluas target pasar. 3. Memperluas jangkauan konsumen melalui <i>e-commerce</i>. 	<p>STRATEGI PELEM</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Perbaiki <i>branding</i> perusahaan, 2. Membuat penjadwalan proses produksi. 3. Melakukan pengelolaan sumber daya dan stok dengan sistem digitalisasi, misalkan sistem ERP (<i>Enterprise Resource Planning</i>).
<p>ANCAMAN</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatnya pesaing bisnis yang menghasilkan produk sejenis. 2. Menurunnya daya beli masyarakat pada masa pandemi. 	<p>STRATEGI AKU</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan strategi pemasaran, terutama melalui media sosial. 2. Meningkatkan kualitas produk. 	<p>STRATEGI ALEM</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengadakan kerjasama dengan penun dan pemerintah Kota Baubau. 2. Pemerintah Kota Baubau melalui Dinas Perindustrian dan Perdagangan menganalisis kelemahan dalam manajemen produksi IKM secara berkala.

Kegiatan promosi berpengaruh ketika mengetahui strategi pemasaran pada *trend* masa kini. Strategi promosi *online* di era sekarang lebih berpengaruh dibandingkan dengan promosi *offline*, sosial media termasuk yang sangat dekat dengan anak muda saat ini. Semenjak kehadiran sosial media sebagai tempat untuk promosi, berbagai bisnis tidak lagi mempromosikan produk dan jasanya melalui radio, media cetak, ataupun mungkin televisi (Wahyuningsih, 2016) (Herginza & Koesoemadinata, 2018). Dari teori di atas penulis menyimpulkan perancangan produk beberapa *brand* diatas telah sesuai karena mengikuti *trend*. Pemasaran produk secara *online* merupakan langkah yang tepat untuk menyesuaikan era sekarang.

“Dalam dunia pemasaran, untuk mampu menentukan strategi yang tepat diperlukan pemahaman mengenai siklus hidup produk atau *product life cycle*. Dengan memahami siklus daur hidup produk maka akan dapat dipahami mengenai apa saja yang harus dilakukan agar produk dapat memiliki daya saing di pasar bisnisnya”. (Bantilan, Wulan, & Pamungkas, 2017). Ada empat tahapan dalam siklus hidup produk. Yang pertama adalah tahap pengenalan (*introduction*), Tahap pertumbuhan (*growth*), tahap kedewasaan (*maturity*) serta tahap terakhir tahap penurunan (*decline*). Dalam hal ini produk olahan tenun buton masih berada pada tahap awal, yaitu pengenalan kepada konsumen. Oleh karena itu perlu di dalam strategi-strategi pengenalan yang efektif.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa kain tenun khas Buton memiliki nilai-nilai dan aturan penggunaan yang sangat detail. Saat ini pemanfaatan motif menjadi beragam produk masih berfokus pada unsur estetis saja, namun demikian dibutuhkan tidak hanya sekedar pemanfaatan motif saja, tetapi juga perlu dilengkapi penjelasan atau deskripsi yang berbeda-beda dari setiap motif sebagai upaya untuk mempromosikan serta melestarikan kain tenun khas Buton. Adapun pemasaran produk secara *online* serta perancangan produk yang mengikuti *trend* merupakan langkah yang tepat untuk menyesuaikan era sekarang. Selambar kain tenun khas Buton dapat diolah menjadi beberapa produk sehingga meningkatkan harga jual. Selain itu, harga jual juga dapat ditingkatkan melalui *product value* kepada konsumen. Perlu dianalisis lebih dalam mengenai strategi pengenalan produk kepada konsumen. Adapun detail pengembangan yang menghasilkan inovasi produk ini berpotensi untuk dikembangkan dalam penelitian selanjutnya.

REFERENSI

- Bantilan, Dini Safitri Istiqomah, Wulan, Roro Retno dan dan Pamungkas, Indra N. A. 2017. *Strategi Rebranding Zora Radio*. Bandung : Jurnal PProfesi Humas, UNPAD
- Burhan, Faikam, Samsul dan Alias. 2019. *Kearifan Lokal Motif Tenun Tradisional Sebagai Potensi Pariwisata Katukobari Kabupaten Buton Tengah*. Kendari : Jurnal Idea of History, Universitas Halu Oleo.
- Kewuel, Hipolitus K. 2017. *Seri Studi Kebudayaan I Pluralisme, Multikulturalisme, dan Batas-Batas Toleransi*, Malang :Prodi Antropologi, FIB Universitas Brawijaya
- Herginza, Ravy dan Koesoemadinata, Moh. Isa Pramana. 2018. *Perancangan Video Promosi Kesenian Khas Cirebon (Pilot Project: Pantun Rajah)* . e-Proceeding of Art & Design
- Kudus, Imran and Slamet, Agus. 2020. *Kerajinan Tradisional Buton : Warisan Negeri yang Menakjubkan*. Yogyakarta: PT. Kanisius.
- Mentari and Rosandini, Morinta. 2019. *Pengembangan Motif Kain Tenun Songket Siak Khas Riau pada Produk Fesyen*. e-Proceeding of Art & Design.
- Sachari, A. (2006). *Estetika : Makna, Simbol, dan Daya*. Bandung: Penerbit ITB. Sachari, A. (2006). *Tinjauan Desain*. Bandung: Penerbit ITB.
- Soewardikoen, Didit Widiatmoko. 2019. *Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual*, Yogyakarta: PT. Kanisius.
- Susanti, Dewi. 2017. *Perubahan Dan Ancaman Benteng Keraton Buton Di Kota Bau-Bau Sulawesi Tenggara*. Magelang : Balai Konservasi Borobudur
- Tahara, Tasrifin. 2019. *Rencana Induk Pembangunan Kebudayaan Kota Baubau*. Baubau : Kainawa: Jurnal Pembangunan & Budaya
- Widagdo. (2005). *Desain dan Kebudayaan*. Bandung: Penerbit ITB.

Narasumber

1. Drs. Arif Tasila, M.Pd. 60 Tahun. Budayawan, *Sio Limbona Bhontona Gundu-Gundu* (Perangkat adat kesultanan buton yang bertugas melantik dan menurunkan Sultan Buton).
2. Musliah, S.Sos. 69 Tahun. *Bisa* (Dukun upacara adat contohnya pingitan, nikahan maupun *Dole-Dole*).