

PENGELOLAAN WISATA KAMPUNG CAPIING DI BANTARAN SUNGAI KAPUAS DENGAN GENERASI Z SEBAGAI PIONIR UTAMA

Raji Kurniawa 1,2, Syaiful Rasyidi 1,3, Xela Dewi Karunia 1,4*

¹ Universitas Oso, Indonesia

² Universitas Oso, Indonesia

³ Universitas Oso, Indonesia

**Corresponding author:* Raji Kurniawan _ rajinkurniawan61@gmail.com

Abstrak

Generasi z merupakan individu yang memiliki kemampuan untuk mengombinasi teknologi pada saat ini. Tujuan penelitian ini untuk mengidentifikasi peran Generasi Z untuk peningkatan ekonomi kreatif wisata kampung caping di bantaran sungai kapuas, penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif data penelitian ini adalah primer yang diperoleh peneliti secara langsung dan data sekunder dari hasil dokumentasi ada yang secara relevan. Teknik pengumpulan data yaitu wawancara dan observasi, serta catatan di lapangan. Hasil penelitian ini ada empat poin yaitu, strategi, kendala, pengelolaan dan peran generasi Z. Dapat memainkan peran yang cukup penting dalam peningkatan ekonomi kreatif wisata kampung caping. generasi Z dapat memainkan peran yang cukup penting dalam peningkatan ekonomi kreatif wisata kampung caping. Strategi untuk pengelolaan fasilitas dapat mempromosikan wisata kampung caping di mediasosial, menciptakan konten yang menarik, menjaga lingkungan sungai kapuas menjadi potensi peningkatan ekonomi kreatif di Pontianak.

Pendahuluan

Istilah Ekonomi kreatif berkembang dari konsep modal berbasis kreativitas yang dapat berpotensi meningkatkan pertumbuhan ekonomi di suatu daerah. Menurut Presiden Susilo Bambang Yudhoyono dalam Agung Pasca Suseno (2014), “ekonomi kreatif merupakan ekonomi gelombang ke-4 yang mana kelanjutan dari ekonomi gelombang ketiga dengan orientasi pada kreativitas, budaya, serta warisan budaya dan lingkungan”.

Ekonomi kreatif telah lama disebut-sebut sebagai gerakan ekonomi yang bersumber dari masyarakat lokal sebagai pelaku ekonomi, sehingga masyarakat membutuhkan kreativitas dan ketekunan terbaik untuk mencapai tujuan pertumbuhan negara. Hingga saat ini, produk ekonomi kreatif telah dikembangkan oleh UKM dan dianggap sebagai warisan nasional oleh pemerintah sendiri. Kontribusi sektor ekonomi kreatif terhadap pembangunan ekonomi Indonesia mencakup manifestasi lain, yaitu pertumbuhan PDB, lapangan kerja, pertumbuhan ekspor, pembukaan sektor bisnis baru dan terbarukan, dan dampak pada sektor lain (Be Kraf, 2016). Secara umum hal ini dikarenakan sektor ekonomi kreatif lebih mengandalkan kreativitas dan kecerdikan masyarakat untuk mengembangkan potensi lokal yang ada. Di sisi lain, perkembangan ekonomi kreatif di beberapa tempat sangat bergantung pada kualitas sumber daya manusia untuk mengembangkan kreativitas intelektual. Dengan kata lain, pengembangan ekonomi kreatif merupakan kegiatan ekonomi alternatif bagi masyarakat untuk mengembangkan potensinya (UNDP, 2013).

Desa Wisata Kampung Caping terletak di Mendawai, Desa Bansir Laut, Kecamatan Pontianak, sebelah tenggara Kota Pontianak. Desa wisata adalah suatu kawasan atau desa terpencil yang biasa disebut desa dengan ciri khas menarik seperti sosial budaya, pertanian, adat, tata ruang desa, dan wisata alam (Cahyanti & Anjaningrum, 2018). Salah satu bentuk upaya untuk mengembangkannya adalah seni pemberdayaan. Seni adalah sesuatu yang hidup selaras dengan mekarnya rasa estetik yang sesekali tumbuh dalam benak manusia dan hanya bisa dinilai dari rasa. Seni adalah karya manusia, atau ekspresi jiwa manusia. Semua karya manusia tidak bisa disebut karya seni karena tidak semua karya manusia adalah karya seni (Rondhi, 2017).



Gambar 1. Lokasi Wisata Kampung Caping

Tabel 1. Data Sensus Penduduk di Indonesia Tahun 2022

Generasi	Tahun Kelahiran	Jumlah Penduduk	%
Post Gen Z	2013 - Dst	29.702.400	10,88%
Gen Z	1997 - 2012	76.276.200	27,94%
Milenial	1981 - 1996	70.625.100	25,87%
Gen X	1965 - 1980	59.732.400	21,88%
Baby Boomer	1946 - 1964	31.558.800	11,56%
PreBoomer	Sebelum - 1945	5.105.100	1,87%

Sumber : BPS, 2021

Berdasarkan tabel 1. Generasi Z ini memiliki jumlah penduduk terbesar dengan proporsi 27,94% dari total penduduk Indonesia. Perkembangan Indonesia Saat Ini dan Masa Depan (Kemendikbud 2021). Generasi Z saat ini dominan di Kalimantan Barat dan hasil SP2020 menunjukkan bahwa mayoritas penduduk Kalimantan Barat didominasi oleh Generasi Z dan Milenial ditunjukkan. Generasi Z mencapai 30% dari total populasi (1,62 juta jiwa) dan generasi milenial mencapai 27% dari total populasi Kalimantan Barat (BPS, 2021).

Generasi Z adalah kelompok orang yang lahir antara tahun 1997 sampai 2012. Mereka telah tumbuh dan berkembang di era teknologi yang sangat maju dankonektivitas yang tinggi, sehingga memiliki cara pandang dan gaya hidup yang berbeda dibandingkan dengan generasi sebelumnya. Generasi Z sangat terpengaruh oleh teknologi dan cenderung lebih suka bekerja secara mandiri dan fleksibel. Mereka juga lebih tertarik dengan pekerjaan yang berkaitan dengan kreativitas dan inovasi, sehingga dapat membantu pertumbuhan ekonomi kreatif (BPS, 2021).

Generasi Z (Gen-Z) merupakan generasi yang menganut teknologi digital dan informasi. *Hyper-adaptation* mengatakan bahwa Gen Z beradaptasi dengan segala sesuatu yang memengaruhi mereka. Ini juga termasuk informasi yang semuabutuhkah atau yakini dapat membantu atau bermanfaat bagi kita. Inilah generasi yang mengenal “ekonomi berbagi”, yaitu generasi yang menggunakan sumber dayayang ada secara

bijaksana dan senang bekerja (berkolaborasi) dengan mereka yang memiliki sumber daya tersebut (Hermawati, 2019). Generasi Z atau Generasi Net adalah generasi yang lahir untuk berinteraksi dengan kemajuan teknologi. Gen Z

dapat melakukan semua aktivitas sekaligus (*Multitasking*) misalnya: media sosial di ponsel dan *browsing* di PC. Apa pun yang anda lakukan, sebagian besar berkaitan dengan dunia maya. Generasi Z sangat akrab dengan teknologi modern sejak kecil, yang secara langsung mempengaruhi karakter mereka. Generasi Z membutuhkan kombinasi pembelajaran dan teknologi, dan kombinasi teknologi adalah pembelajaran dan teknologi pembelajaran tidak lagi dapat dilakukan dengan papan tulis, karena menghambat minat anak-anak terhadap teknologi canggih (Yemima, 2021).

Terampil dan cerdas dalam menangkap peluang, kreatif dan inovatif dalam mengimplementasikan pariwisata Kampung Caping, Generasi Z mampu menghasilkan produk wisata yang bernilai dan berdaya saing. Keberadaan ekonomi kreatif menjadi ajang bagi Generasi Z untuk mengembangkan pariwisata di Kampung Caping di era *society* 5.0 dalam ekspresi berbasis teknologi khususnya di Kampung Caping. Secara keseluruhan, tujuan tulisan ini adalah pengaruh Generasi Z dalam pengembangan ekonomi kreatif Wisata Kampung Caping.

Metode

Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode deskriptif dengan memakai pendekatan kualitatif. Dengan mengumpulkan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi sehingga dapat menggambarkan secara konkret, membuat deskripsi secara beraturan, logis, dan akurat mengenai peran generasi z terhadap ekonomi kreatif Wisata Kapung Caping Pontianak. Teknik pengumpulan data didapat dari data primer dan data sekunder. Data primer data yang didapat dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti pada informan mengenai informasi yang relevan di lapangan. Dalam penelitian ini peneliti mewawancarai 7 narasumber gen-z dari mahasiswa Universitas Oso yang pernah berkunjung ke wisata Kampung Caping, Selain wawancara, data berasal dari observasi langsung di lapangan. Data sekunder diperoleh melalui literatur dan dokumen penelitian sebelumnya yang relevan. Peneliti menganalisis dan mengolah data yang diperoleh, meringkas dan mengolah sesuai dengan kebutuhan data, menyajikan data dalam bentuk uraian singkat, dan menarik kesimpulan penelitian.

Hasil Dan Pembahasan

Dari hasil mendapatkan empat poin yaitu, strategi generasi z terhadap ekonomi kreatif wisata kampung caping, peran generasi z pengelolaan wisata kampung caping dan peran generasi z untuk ekonomi kreatif wisata kampung caping.

Strategi Generasi Z Terhadap Ekonomi Kreatif Wisata Kampung Caping

Untuk memaksimalkan dampak positif Generasi Z terhadap ekonomi kreatif wisata kampung Caping, melakukan wawancara informan dari Generasi Z bagaimana beberapa strategi yang dapat dilakukan antara lain:

“ Arul, menurut saya menggunakan teknologi dan media sosial sebagai alat promosi sangat efektif sebagai Generasi Z merupakan pengguna teknologi yang aktif, sehingga dapat memanfaatkan teknologi dan media sosial sebagai alat promosi wisata kampung Caping. Dari ini lah mereka dapat membuat konten-konten menarik dan menyebarkannya melalui media sosial untuk meningkatkan kepopuleran wisata kampung Caping dan harus menyediakan fasilitas-fasilitas yang sesuai dengan kebutuhan Generasi Z: Generasi Z cenderung lebih memilih fasilitas-fasilitas yang modern, nyaman, dan ramah lingkungan. Oleh karena itu, penting untuk menyediakan fasilitas-fasilitas yang sesuai dengan kebutuhan Generasi Z, seperti fasilitas *Wi-Fi*, tempat *charging*, dan lainnya.”(Arul)

Pengakuan yang diterangkan oleh Arul, Strategi terhadap Wisata Kampung Caping harus memfokuskan untuk mempromosikan Wisata Kampung Caping melalui sosial media dan menyediakan fasilitas koneksi internet. Akan tetapi pendapat arus berasal dari pengalaman pernah mengunjungi Wisata Kampung Caping. Terdapat suatu perbedaan terkait cara strategi Wisata Kampung Caping dapat dilihat pada hasil wawancara yang disampaikan oleh Ocid dan Haris sebagai berikut ini.

“ Ocid, menurut saya ditanya bagaimana strategi untuk peningkatan Wisata Kampung Caping Generasi Z harus membuat menyediakan kegiatan-kegiatan yang menarik bagi Generasi Z: Selain fasilitas, Generasi Z juga tertarik dengan kegiatan-kegiatan yang menyenangkan dan menantang. Oleh karena itu, penting untuk menyediakan kegiatan-kegiatan yang menarik bagi Generasi Z, seperti kegiatan bermain perahu di tepian sungai kapuas, permainan tema building, dan lainnya.”(Ocid)



Gambar 2. Kegiatan bermain perahu di tepian Sungai Kapuas

“ Haris, Pendapat saya harus mempromosikan produk-produk lokal yang unik dan khas: Generasi Z cenderung lebih memilih produk-produk yang unik dan khas, sehingga dapat mempromosikan produk-produk lokal yang unik dan khas kampung Caping, seperti makanan khas, kerajinan tangan, dan lainnya. Mengembangkan program kerja sama dengan industri kreatif: Generasi Z cenderung lebih tertarik dengan pekerjaan yang berkaitan dengan kreativitas dan inovasi. Oleh karena itu, dapat mengembangkan program kerja sama dengan industri kreatif untuk memberikan kesempatan bagi Generasi Z untuk terlibat dan berkembang di sektor ekonomi kreatif wisata kampung Caping.”(Haris)

Berbeda dengan informan sebelumnya, bagi Ocid dan Haris yang juga sebagai Generasi Z justru memiliki pendapat yang sangat berbeda untuk strategi Generasi Z untuk mempromosikan Wisata Kampung Caping dengan ada wawancara bagaimana Generasi Z membuat strategi Wisata Kampung Caping melakukan strategi-strategi untuk perbaikan fasilitas tersebut, diharapkan pendapat dari Generasi Z dapat memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan ekonomi kreatif wisata kampung Caping. Namun, perlu diingat bahwa setiap strategi yang dilakukan harus disesuaikan dengan kondisi dan kebutuhan.

Peran Generasi Z terhadap Pengelolaan Wisata Kampung Caping

“Wahyu, untuk pengelolaan Wisata Kampung Caping dalam mengelola wisata kampung Caping, Generasi Z dapat memanfaatkan teknologi dan media sosial untuk mempromosikan wisata kampung tersebut kepada calon wisatawan. Mereka juga dapat menggunakan aplikasi atau platform Online untuk mengelola pemesanan tiket, penginapan, dan jadwal kegiatan wisata.” (Wahyu)

“Selain itu, Generasi Z juga dapat bekerja sama dengan pemerintah setempat atau lembaga terkait untuk mengembangkan wisata kampung Caping secara berkelanjutan.

Mereka dapat mempertimbangkan aspek-aspek seperti pengelolaan sumber daya alam, pengembangan infrastruktur yang ramah lingkungan, serta pemberdayaan masyarakat setempat. Dendandemikian, Generasi Z dapat memainkan peran yang penting dalam keputusan dan pengelolaan wisata kampung Caping dengan menggunakan kemampuan dan teknologi yang dimilikinya untuk mempromosikan wisatatersebut dan mengelolanya secara efisien serta berkelanjutan.” (Haris)

Menurut Wahyu dan Haris, untuk pengelolaan Wisata Kampung Caping untuk peningkatan Ekonomi Kreatif harus mempertimbangkan yang besar untuk pengelolaan dilihat dari hasil pendapat dari wawancara dua informan tersebut bisa menjadi solusi terbaik Wisata Kampung Caping. Setiap orang tentunya memiliki pendapat yang berbeda- beda, namun informan yang telah di wawancara dominan memiliki pendapat dari pernah mengunjungi secara langsung ke tempat Wisata Kampung Caping.

Kendala yang Mungkin Dihadapi dalam Meningkatkan Ekonomi kreatif Wisata Kampung Caping melalui Generasi Z

Kendala yang mungkin di hadapi, dari hasil wawancara menurut Fikri ada lima poin terdapat beberapa kendala yang mungkin dihadapi dalam meningkatkan ekonomi kreatif wisata kampung caping melalui generasi Z, di antaranya:

“Menurut fikri, Perubahan tren: Generasi Z sering kali mengalami perubahan tren yang cepat dan tidak terprediksi. Ini dapat membuat sulit bagi pengelola wisata untuk mengikuti perkembangan terbaru dan menawarkan produk atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan generasi Z.

Masalah keuangan: Generasi Z mungkin memiliki masalah keuangan yang membatasi kemampuan mereka untuk mengeluarkan uang untuk berwisata. Hal ini dapat membuat sulit bagi pengelola wisata untuk menarik minat generasi Z.

Ketertarikan yang berbeda: Generasi Z mungkin memiliki ketertarikan yang berbeda terhadap wisata dan mungkin lebih suka mengeluarkan uang untuk kegiatan lain seperti belanja atau hiburan.

Keterbatasan akses: Generasi Z mungkin memiliki keterbatasan akses terhadap informasi tentang wisata di kampung caping, sehingga mungkin sulit bagi mereka untuk mengetahui apa saja yang ditawarkan.”

Peran Generasi Z terhadap Ekonomi Kreatif Wisata Kampung Caping

Wujud dari peran Generasi Z terhadap peningkatan Ekonomi Kreatif untuk melakukan strategi dan pengelolaan Wisata Kampung Caping yang sangat baik.

“Menurut saya menciptakan strategi pemasaran yang efektif untuk menarik wisatawan ke kampung caping, seperti melalui media sosial atau promosi di media lokal contoh promosi di Instagram dan google. Menciptakan program-program yang dapat meningkatkan daya tarik wisata kampung caping, seperti festival atau acara-acara khusus yang diadakan di kampung.” (Ratih)

Pernyataan Ratih menunjukkan bahwa peningkatan ekonomi kreatif Wisata Kampung Caping harus melakukan strategi promosi di media sosial karena banyak orang sudah banyak memainkan sosial media dan menciptakan program atau mengadakan festival untuk menarik wisatawan untuk berkunjung ke tempat Wisata Kampung Caping, sedangkan menurut informan selanjutnya, “Generasi Z membuat pelatihan menciptakan strategi untuk menjaga kelestarian lingkungan di kampung caping di bantaran Sungai Kapuas, seperti dengan menerapkan praktik-praktik ramah lingkungan atau melakukan kegiatan kegiatan pemeliharaan lingkungan.” (vinny)

Informan menyatakan bahwa untuk peningkatan ekonomi kreatif harus menjaga lingkungan bantaran Sungai Kapuas agar wisatawan tertarik berkunjung ke wisata kampung caping dan membuat produk – produk khas yang terbuat dari bahan yang bisa di daur ulang dengan ini bisa menjadi sumber tambahan penghasilan masyarakat di wilayah tersebut seperti oleh-oleh atau souvenir. Pernyataan kedua orang tersebut menunjukkan hal yang berbeda tentang peningkatan ekonomi kreatif untuk informan yang pertama memfokuskan untuk mempromosikan wisata kampung caping di media sosial dan membuat acara untuk menarik wisatawan, sedangkan untuk informan kedua memfokuskan menjaga lingkungan bantaran Sungai Kapuas melalui pelatihan yang di buat oleh generasi Z dan memanfaatkan bahan yang dapat di daur ulang menjadi oleh-oleh atau souvenir untuk penghasilan tambahan masyarakat kampung caping. Walau pun berbeda pendapat dari kedua informan tersebut memiliki potensi untuk peningkatan Ekonomi Kreatif Wisata Kampung Caping dari adanya Peran Generasi Z.

Kesimpulan

Generasi Z merupakan generasi yang lahir pada tahun 1997 hingga sekitar 2012. Generasi Z ini dikenal sebagai generasi yang digital native, artinya mereka lahir dan tumbuh besar di era digital. Mereka memiliki kemampuan untuk mengakses dan menggunakan teknologi dengan mudah dan cepat. Dengan demikian, generasi Z dapat memainkan peran yang cukup penting dalam peningkatan ekonomi kreatif wisata kampung caping. Strategi untuk pengelolaan fasilitas dapat mempromosikan wisata kampung caping di media sosial, menciptakan konten yang menarik, menjaga lingkungan sungai kapuas menjadi potensi peningkatan ekonomi kreatif di Pontianak.

Penelitian ini hanya dilakukan pada beberapa informan dari mahasiswa Universitas Oso yang pernah berkunjung ke wisata kampung caping, sehingga saran untuk penelitian ini selanjutnya diharapkan untuk peningkatan informan dengan klaster yang lebih luas.

Ucapan Terima Kasih

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan nikmatnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan artikel ilmiah ini dengan judul “(Pengelolaan Wisata Kampung Caping di Bantaran Sungai Kapuas dengan Generasi Z sebagai pionir utama)”.

Saya menyadari bahwa akan sangat sulit bagi saya untuk menyelesaikan artikel ilmiah ini tanpa bantuan dan bimbingan dari semua pihak. Oleh karena itu, saya ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kepada Allah SWT yang selalu dengan segala rahmat serta karunia-Nya yang memberikan kemudahan, kekuatan, dan kelancaran bagi peneliti dalam menyelesaikan artikel ilmiah ini;
2. Kepada ibu saya yang selalu memberikan dukungan dan semangat serta motivasi dalam hidup saya sehingga saya dapat menyelesaikan artikel ilmiah ini;
3. Bapak Hance Made Aryasa, SE.,M.M , selaku dosen pembimbing saya yang selalu memberikan masukan dan mengarahkan saya dalam menyelesaikan artikel ilmiah ini;
4. Kepada Ardimansyah, pembimbing saya yang selalu memberikan masukan dan mengarahkan saya dalam menyelesaikan artikel ilmiah ini;
5. Kepada Anggota Tim yang selalu membantu dalam menyelesaikan artikel ilmiah ini;

Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk memperbaiki kekurangan tersebut di masa yang akan datang. Penulis berharap artikel ilmiah ini dapat bermanfaat bagi pembaca pada umumnya dan penulis pada khususnya.

Pontianak, 30 Desember 2022

Penulis

Daftar Pustaka

- Alexandro, R., Uda, T., & Pane, L. L. (2020). Analisis pengembangan ekonomi kreatif kuliner khas suku dayak Kalimantan Tengah. *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial*, 6(1), 11-25.
- ANAK. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Khatulistiwa (JPPK)*, 11(8), 847-854.
- Anna, A., Syamsiah, N. O., & Lisnawanty, L. (2022). Pemanfaatan Aplikasi Barcode dan POS Dalam Pengelolaan Data Keuangan UMKM Pada Kampung Caping Pontianak. *KIAT Journal of Community Development*, 1(1), 14-18.
- Azizah, S. N., & Muhfiatun, M. (2018). Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Pandanus Handicraft dalam Menghadapi Pasar Modern Perspektif Ekonomi Syariah (Study Case di Pandanus Nusa Sambisari Yogyakarta). *Aplikasia: Jurnal Aplikasi Ilmu-ilmu Agama*. 17(2), 63-78.
- D. Sugiyono, Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D. 2013
- Haryoko, U. B., Susanti, N., & Sunardi, D. (2020). Penguatan Ekonomi Kreatif Berbasis Sumber Daya Desa di Kelurahan Rempoa. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 177–180.
- Hasan, M. (2018). Pembinaan ekonomi kreatif dalam perspektif pendidikan ekonomi. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan (JEKPEND) Vol, 1*.
- Hidayat, J. F., & Selvia. (2022). PERAN GENERASI MILENIAL DAN GENERASI Z DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN GLOBAL DI ERA 5.0. *Jurnal Manajemen UNPAM*, 1(1), 7–12.
- Khoiriyah, U., Isfandayani, I., & Tirtajaya, M. D. (2022). PERAN GENERASI Z DALAM PENGUATAN EKONOMI KREATIF. *DEVOSI*, 3(2), 6-14.
- Noviyanti. (2017). Peran Ekonomi Kreatif Terhadap Pengembangan Jiwa Entrepreneurship di Lingkungan Pesantren: Studi Kasus di Pondok Modern Darussalam Gontor Putri. *Jurnal Penelitian Ilmiah - Al Intaj*, 1(1), 77–99.

- Purnomo, R. A. (2016). *Ekonomi Kreatif Pilar Pembangunan Indonesia*.
- Sari, E. D., & Hanum, A. N. L. **PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DI PERPUSTAKAAN BAHAGIA MENDAWAI KAMPUNG CAPING PONTIANAK.** *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Khatulistiwa (JPPK)*, 11(8), 847-854.
- Wiratih, H. W. R., Dwiastuti, I., Havidz, I. L. H., Aima, M. H., Havidz, S. A. H., & Dewi, M. P. (2021). **UPAYA MENGOLAH LIMBAH SAMPAH MENJADI PELUANG SOCIAL ENTERPRISE EKONOMI KREATIF BAGI GENERASI-Z.** *Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat dan Corporate Social Responsibility (PKM-CSR)*, 4, 1049-1055.