ABSTRAK

Fenomena yang dihadapi oleh produsen Blackberry yaitu banyak masyarakat setelah melihat spesifikasi BlackBerry yang diinginkan tidak membelinya melalui jalur resmi. Selain itu tingginya permintaan akan BlackBerry, tidak diimbangi dengan tersedianya perangkat BlackBerry yang resmi dan pemahaman masyarakat mengenai BlackBerry, sehingga pengguna BlackBerry yang membeli BlackBerry di pasar gelap (*Black Market*) dengan harga yang jauh lebih murah dibanding dengan BlackBerry resmi yang dijual oleh penyedia layanan resmi BlackBerry Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak periklanan terhadap hasrat pengguna Blackberry di Semarang.

Sampel penelitian sebanyak 20 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini, dilakukan dengan *snowball sampling* yaitu teknik penentuan sampel yang mula-mula jumlahnya kecil, kemudian sampel ini disuruh memilih-milih teman-temannya untuk dijadikan sampel. Kriteria informan yang ditetapkan dalam penelitian ini yaitu pengguna Blackberry di kota Semarang yang minimal menggunakan Blackberry selama 2 tahun dan merupakan penduduk asli kota Semarang.

Kata kunci : Periklanan, Hasrat Konsumen Blackberry